

Saara Härkönen ja Hanna Korja

Asiakastyytyväisyystutkimus Narai hotelliin

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Matkailun koulutusohjelma
Kevät 2011



**Kajaanin
ammattikorkeakoulu**

OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Saara Härkönen ja Hanna Korja	
Työn nimi Asiakastytyväisyystutkimus Narai hotelliin	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Mika Pietarinen, Simo Määttä
	Toimeksiantaja Narai hotelli
Aika Kevät 2011	Sivumäärä ja liitteet 92+165
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää ovatko asiakkaat tyytyväisiä Narai hotelliin ja sen tarjoamiin palveluihin. Asiakkaiden taustatietojen lisäksi kyselylomakkeessa kysyttiin kattavasti mitä palveluita asiakkaat olivat hotellissa majoittuessaan käyttäneet ja mitä mieltä he olivat niistä. Tutkimus oli hotellille ajankohtainen, sillä asiakastytyväisyyttä ei ollut hotellissa aiemmin järjestelmällisesti selvitetty. Tutkimuksen teoriaosuudessa on käsitelty thaimaalaista palvelukulttuuria sekä palvelun ja asiakastytyväisyyden teoriaa. Teoriaosassa on kerrottu myös lyhyesti Thaimaasta, Bangkokista ja Narai hotellista.</p> <p>Tutkimus on kvantitatiivinen eli tilastollinen tutkimus ja se toteutettiin lomakekyselynä. Lomakkeita jaettiin 500 kappaletta 5.4.–2.6.2010 välisenä aikana hotellin vastaanotossa ja suoraan hotellihuoneisiin. Vastauksia saatiin 89 kappaletta ja kyselyn vastausprosentti oli 17,8 %. Saatu tutkimusaineisto käsiteltiin SPSS -tilastointiohjelman ja Microsoft Excel -ohjelman avulla. Tuloksia vertailtiin ristiintaulukoinnin avulla ja eroja tarkasteltiin riippumattomuustestien avulla.</p> <p>Tuloksista kävi ilmi, että yli puolet vastaajista oli miehiä ja vastaajien iän keskiarvoksi saatiin 45 vuotta. Vastaajat tulivat yhteensä 24 eri maasta, Australian ja Saksan ollessa yleisimpiä. Matkantarkoitus oli suurimmalla osalla lomamatka. Hieman alle puolet vastaajista oli vierailut Narai hotellissa jo aiemmin. Vastaajien keskimääräinen viipymä hotellissa oli kolme yötä. Suurin osa vastaajista oli varannut hotellin matkatoimiston kautta. Suurin osa vastaajista oli valinnut Narai hotellin hyvän sijainnin vuoksi. Toiseksi eniten hotellin valintaan oli vaikuttanut hinta. Yli puolet vastaajista oli majoittunut standard -huoneessa. Vastaajat olivat keskimäärin tyytyväisiä Narai hotelliin ja sen tarjoamiin palveluihin, palvelun nopeuteen sekä hotellihuoneeseen ja hotellin siisteyteen. Vastaajat aikovat keskimäärin ehkä vierailla Narai hotellissa uudestaan ja ehkä suositella hotelliä tuttavilleen ja sukulaisilleen.</p>	
Kieli	Suomi
Asiasanat	Asiakastytyväisyys, palvelu, palvelun laatu, Thaimaa
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Tourism	Degree Programme Tourism
Author(s) Saara Härkönen and Hanna Korja	
Title Customer Satisfaction Research for Narai Hotel	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Mika Pietarinen, Simo Määttä
	Commissioned by Narai Hotel
Date Spring 2011	Total Number of Pages and Appendices 92+165
<p>The purpose of this thesis was to find out if the customers of Narai Hotel are satisfied with the hotel and the services it offers. The questionnaire included questions from customers' basic information to the use of supplementary services and customers' thoughts on them. The research was topical to the hotel because they hadn't surveyed customer satisfaction systematically before. The theory part of the research consists of service culture of the Thai as well as the theory of service and customer satisfaction. The theory part also covers Thailand, Bangkok and Narai Hotel.</p> <p>The research is a quantitative i.e. statistical research and it was carried out as an inquiry. Questionnaires were distributed during 5.4.–2.6.2010 in the reception and to the hotel rooms and 89 completed questionnaires were returned, representing 17.8 % of the 500 questionnaires distributed. The collected research material was processed with SPSS statistics programme and Microsoft Excel programme. The results were compared with crosstabs and the differences were reviewed with exact tests.</p> <p>It emerged from the results that over half of the respondents were male and the average age of the respondents was 45 years. Respondents came from 24 different countries, Australia and Germany being the most common. The purpose of the visit was holiday by majority. A little over half of the respondents had visited Narai Hotel earlier. The average stay was three nights. Majority of the respondents had booked the hotel via a travel agency and majority had chosen Narai Hotel because of its good location. The second most common reason for choosing the hotel was price. Over half of the respondents had stayed in a standard room. Respondents were satisfied with the hotel and its services, the promptness of service, hotel room and the cleanliness of the hotel on average. Overall, the respondents will maybe visit Narai Hotel again and maybe recommend the hotel to their friends and relatives.</p>	
Language of Thesis Finnish	
Keywords	Customer satisfaction, service, quality of service, Thailand
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 THAIMAA, BANGKOK JA NARAI HOTELLI	3
2.1 Thaimaa – hymyjen maa	3
2.2 Bangkok – kulttuurin ja viihteen metropoli	6
2.3 Narai – hotelli kaupungin sydämessä	7
3 THAIMAALAINEN PALVELUKULTTUURI	11
4 PALVELU JA SIIHEN LIITTYVÄT KÄSITTEET	16
4.1 Palveluiden luokittelu	17
4.2 Palvelu tuotteena, pakettina, tapahtumana sekä laajennettuna tuotteena	18
4.3 Palvelun laatu	21
4.3.1 Palvelun laadun ulottuvuudet	22
4.3.2 Koettu palvelun laatu ja imago	27
4.3.3 Palvelun laadun kuiluanalyysi	28
4.3.4 Palvelun laadun tutkimus ja kehittäminen	29
4.3.5 Hyvä palvelun laatu	30
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	32
5.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen	33
5.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja kehittäminen	37
5.3 Asiakastyytyväisyystutkimus	39
5.4 Asiakasuskollisuus	40
6 TUTKIMUSONGELMA JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	43
6.1 Tutkimusongelma	43
6.2 Tutkimuksen toteutus	44
6.3 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	48
7 TUTKIMUKSEN TULOKSET	50
7.1 Vastaajien perustiedot	50
7.2 Vastanneiden varauksentekoväylä ja hotellin valinta	56
7.3 Vastaajien huonetyyppi, huoneen arviointi ja oheispalvelujen käyttö	61

7.4 Palvelun arviointi	66
7.5 Palvelun nopeuden arviointi	70
7.6 Ravintoloiden arviointi	71
7.7 Siisteyden arviointi	74
7.8 Hotellin kokonaisuuden arviointi, paluu asiakkaaksi ja hotellin suosittelu	75
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	81
8.1 Yhteenveto ja pohdinta	81
8.2 Kehittämishdotukset	86
LÄHTEET	90
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Asiakastyytyväisyyden selvittäminen on yritysten menestyksen ja kehittymisen kannalta olennaisen tärkeää. Tyytyväisyys muodostuu pitkälti asiakkaan tarpeiden ja odotusten täyttymisestä, tuotteen tai palvelun ominaisuuksista ja sen käytön seurauksista sekä asiakkaan tiedostamattomista käyttömotiiveista. (Ylikoski 1999, 151.) Tyytyväinen asiakas käyttää usein yrityksen tuotteita tai palveluja uudestaan ja monesti myös suosittelee yritystä tuttavilleen. Uskolliset asiakkaat ovat yrityksille hyvin tuottoisia, minkä vuoksi asiakastyytyväisyyteen tulisi pyrkiä järjestelmällisesti. Luvussa viisi käsitellään asiakastyytyväisyyttä laajemmin.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää asiakastyytyväisyyttä Narai hotellissa. Tutkimus on tilastollinen tutkimus ja se toteutettiin lomakekyselynä. Lomakekyselyn avulla haluttiin selvittää asiakkaiden matkustusmotiiveja, mihin asiakkaat olivat hotellissa tyytyväisiä, sekä kartoittaa, mitä palveluja he olivat hotellissa majoituessaan käyttäneet ja mitä mieltä olivat niistä. Tutkimus oli ajankohtainen, sillä asiakastyytyväisyyden selvittäminen oli jäänyt hotellissa aiemmin puolitiehen.

Kyselylomakkeita jaettiin vastaanotossa asiakkaiden kirjautuessa sisään hotelliin sekä suoraan hotellihuoneisiin. Kyselylomake oli englanninkielinen ja siinä käsiteltiin kattavasti asiakkaiden taustatiedot sekä tyytyväisyys hotellin eri palveluihin. Vastausmäärä jäi hieman alhaiseksi, joten tuloksia voidaan pitää lähinnä suuntaa antavina. Tutkimusaineisto käsiteltiin SPSS -tilasto-ohjelman ja Microsoft Excel -ohjelman avulla. Tuloksia tarkasteltiin myös ristiintaulukoinnin avulla ja eroja vertailtiin riippumattomuustestien avulla.

Tutkimuksen teoriaosuudessa on käsitelty laajemmin palvelua ja siihen liittyviä käsitteitä, palvelutuotetta sekä asiakastyytyväisyyttä. Teoriaosuudessa on käsitelty myös thaimaalaista palvelukulttuuria sekä lyhyemmin Thaimaata, Bangkokia ja Narai hotellia.

Narai hotelli on kolmen tähden tasoinen hotelli ja se sijaitsee Bangkokin liikekeskustassa lähellä kaikkia palveluja. Hotellissa on yhteensä 474 huonetta kolmessatoista kerroksessa. Hotellin liikeideana on tarjota majoitus-, ravintola-, juhla- ja kokouspalveluja niin liikemiehille kuin perinteisille turisteillekin. Hotellissa on runsaasti oheispalveluja, mukaan lukien kuusi eri ravintolaa. Hotelli työllistää kaikkiaan noin 450 työntekijää.

Tutkimuksen tulosten pohjalta annettiin hotellille kehittämisehdotuksia, jotta hotelli voi parantaa asiakkaidensa tyytyväisyyttä tulevaisuudessa. Asiakastyytyväisyyskysely tulisi toteuttaa

säännöllisin väliajoin samalla tai osin päivitetyllä kyselylomakkeella, jotta asiakastyytyväisyyttä voidaan järjestelmällisesti seurata ja hotellia kehittää asiakkaiden tyytyväisyyden kannalta parempaa suuntaan.

2 THAIMAA, BANGKOK JA NARAI HOTELLI

2.1 Thaimaa – hymyjen maa

Thaimaa sijaitsee Kaakkois-Aasiassa (kartta 1). Sen naapurimaita ovat Myanmar (Burma), Laos, Kambodža ja Malesia. Thaimaan pinta-ala käsittää 514 000 km² ja asukkaita maassa on 66 404 688. (Ulkoasiainministeriö 2010.) Pinta-alasta noin 40 % on viljeltyä ja noin 28 % metsää (Lehtipuu 2007, 16). Väestöstä 75 % on thaimaalaisia ja 14 % kiinalaisia. Suurin osa (80 %) väestöstä asuu maaseudulla. Thaimaan suurin uskonto on buddhalaisuus, joka käsittää noin 95 % väestöstä. Muslimeja on noin 4 % väestöstä, joista suurin osa asuu maan eteläisissä osissa. (Ulkoasiainministeriö 2010.)



Kartta 1. Thaimaa ja naapurimaat (CIA The World Factbook 2011.)

Pinnanmuodoiltaan Thaimaa jakautuu neljään selkeästi erilaiseen osaan; Pohjois-, Koillis-, Keski- ja Etelä-Thaimaahan, joille on vuosien saatossa kehittynyt omat elinkeinorakenteensa. Bangkokia pidetään kokonsa puolesta omana alueenaan. Lisäksi Thaimaa jakautuu kaikkiaan 76 maakuntaan. Matka Thaimaan halki pohjois-eteläsuunnassa kestää bussilla tai junalla vähintään kaksi päivää. (Rekiaro 2007, 6.)

Pohjois-Thaimaa on metsäistä ja vuoristoista seutua. Pohjoisen pääkaupunki on Chiang Mai. Pohjoinen oli miltei 800 vuotta erillinen Lannan kuningaskunta ja alistui muun maan hallintaan vasta 1900-luvulla. Lämpötilaerot ovat tällä alueella suuremmat kuin muualla maassa ja vuoristossa voi lämpötila laskea lähelle nollarajaa marras-maaliskuussa. Koillis-Thaimaa on neljästä alueesta suurin ja sitä kutsutaan myös nimellä Isan. Alue on suurelta osin kuumaa ja kuivaa ylänkölaakiota. Naapurimaa Laosin vaikutus näkyy tällä alueella suuresti ja esimerkiksi alueen murre kuulostaa hyvin paljon Laosin kieleltä, laolta. Keski-Thaimaa on maan tiheimmin asuttu alue ja maanviljelyn, etenkin riisinviljelyn ydinalue. Etelä-Thaimaa on hiekkarantoineen ja paratiisisaarineen maan matkailuelinkeinolle elintärkeä, sillä suurin osa turismista suuntautuu sinne. Aivan eteläisimmät maakunnat ovat muslimialuetta ja etenkin viime vuosina ne ovat olleet väkivaltaisuuksien riepottelemina. (Rekiaro 2007, 6.)

Thaimaa kuuluu trooppiseen ilmastovyöhykkeeseen, jolle on tyypillistä kuuma ja kostea ilma sekä monsuunisateet. Thaimaassa on näin ollen kolme vuodenaikaa. Viileä kausi kestää marraskuusta helmikuun loppuun ja on turismin pääsesonki. Keskilämpötila päivällä on noin 26 astetta. Kuuma kausi kestää maaliskuusta toukokuun loppuun. Päivälämpötila voi nousta tällä kaudella yli 40 asteen. Sadekausi kestää kesäkuusta lokakuun loppuun. Tämä kausi on kaikista kolmesta vaihtelevin alueesta riippuen. Vettä tulee usein tulviksi asti ja monet turistikohteet ja majoituspaikat, etenkin etelässä, ovat tällöin kiinni. (Rekiaro 2007, 290.)

Thaimaan taloustilanne on Kaakkois-Aasian maista toiseksi paras. Noin 60 % bruttokansantuotteesta koostuu viennistä. Suurin osa viennistä koostuu maataloustuotteista, kuten kalasta ja riisistä. Thaimaa on tunnustautunut maailman suurimpana riisin viejänä. Muita vientituotteita ovat tekstiilit, kumi, autot, elektroniikka ja jalokivet. (Tourism Authority of Thailand 2010.)

Matkailu on Thaimaassa merkittävä taloudenala. Matkailusektorin osuus bruttokansantuotteesta on noin 6,5 % ja ala onkin merkittävin ulkomaisen valuutan lähde Thaimaassa. Matkailijoita tulee eniten Malesiasta, Japanista, Iso-Britanniasta, Yhdysvalloista ja Saksasta. Suu-

rimmat ongelmat matkailualalla ovat hyvin niukasti kuluttavat turistit, Thaimaa kun on suosittu reppureissaajien keskuudessa, sekä majoitustilan ylitarjonta. (Lehtola 2010, 21.)

Thaimaahan saapui vuonna 2009 noin 14,1 miljoonaa matkailijaa, ollen suosituimpien matkailumaiden tilastossa seitsemäntenätoista. Eroa edellisvuoteen tuli -3 %. Matkailutuloja vuonna 2009 tuli noin 15,9 miljardia USA:n dollaria. Tässä tilastossa Thaimaa oli 12. sijalla. (UNWTO 2010.) Suomalaiset tekivät vuonna 2009 noin 121 000 matkaa Thaimaahan, mikä tekee siitä suomalaisten yhdeksänneksi suosituimman ulkomaankohteen. Lisäystä edellisvuoteen tuli 32 000 matkaa. (Tilastokeskus 2010.)

Thaimaan kuningaskunta on perustettu 1300-luvun puolivälissä. Maa tunnettiin nimellä Siam aina vuoteen 1939 asti. Thaimaa on Kaakkois-Aasian maista ainoa, joka ei ole koskaan ollut eurooppalaisten siirtomaana. Valtiomuodoltaan thaimaa on perustuslaillinen monarkia. Valtionpäämies on kuningas ja hallitusta johtaa pääministeri. Thaimaan pääministerinä on toiminut vuodesta 2008 asti Abhisit Vejajiva. (CIA The World Factbook 2010.) Kuninkaan asema on enemmän symbolinen kuin hallinnollinen. Kuninkaan puoleen on käännytty kuitenkin etenkin viime vuosina vallinneiden poliittisten kriisien aikaan. (Ulkoasiainministeriö 2010.)

Thaimaan kuningasta ja koko kuningasperhettä kunnioitetaan suuresti. Nykyinen hallitsija, kuningas Bhumibol Adulyadej (Rama IX), on hallinnut Thaimaata jo yli 60 vuotta. (Ulkoasiain ministeriö 2010.) Hänen terveydentilansa on kuitenkin huono ja hän on ollut sairaalahoitossa vuoden 2009 syyskuusta lähtien (YLE 2010). Jokaisessa kodissa, virastossa ja laitoksessa on seinällä kuningas Bhumibolin kuva. Monissa yleisissä paikoissa, kuten puistoissa ja juna-asemilla, soitetaan kansallishymni kahdesti päivässä, jolloin tulee pysähtyä kunnioittamaan kuningasta. Myös näytelmä- ja elokuvateattereissa hymni soitetaan aina ennen esitystä, jolloin tulee seisoa. Kuninkaan ja kuningasperheen arvosteleminen on kiellettyä ja siitä voidaan rangaista ankarastikin. (Rekiaro 2007, 12, 16.)

Kuninkaan arvostuksen lisäksi Thaimaalaiset suhtautuvat vakavasti uskontoon, suurimmassa määrin juuri buddhalaisuuteen. Thaimaan buddhalaisuus on yli 2 000 vuotta vanhaa ja siinä on elementtejä animismista, kiinalaisesta kansanuskonnosta sekä hindulaisuudesta. Buddhalaisessa temppelielämässä näkyy muun muassa kuvainpaltontaa, hyötyajattelua ja jopa taikauksia. Uskonnollisuus on näkyvämpää ja se on ihmisille luonnollisempaa kuin esimerkiksi Suomessa. (Lehtipuu 2007, 24.)

Buddhalaisissa temppeleissä annetaan uhrilahjoja, sillä niiden uskotaan tuovan uskovalle menestystä ja meriittiä jokapäiväisessä elämässä. Uhrilahjoja voivat olla esimerkiksi palava kynttilä, vihreä lootuskukka ja norsupatsas. Temppeleissä on myös rahakippoja, joihin voi heittää kolikoita tai setelirahaa. Temppeleitä näkyy runsaasti niin kaupunkien katukuvassa kuin maaseudullakin ja ne ovat myös turistien suosiossa. (Lehtipuu 2007, 25.)

Thaimaassa ei voi olla törmäämättä oranssisiin kaapuihin pukeutuneisiin munkkeihin. Jokainen mies, joka on terve, kouluja käynyt ja on täyttänyt 20 vuotta, voi tulla munkiksi. Munkkina olo voi kestää muutamasta viikosta useisiin vuosiin. Sen tarkoituksena on syventyä Buddhan oppiin, edesauttaa nirvanan saavuttamista ja tuoda ansioita omalle perheelle. Munkit elävät almuilla. Heitä arvostetaan suuresti ja kohdellaan kunnioituksella. Naiset eivät saa koskea munkkiin ja heidän on pidettävä etäisyyttä. (Lehtipuu 2007, 25.)

2.2 Bangkok – kulttuurin ja viihteen metropoli

Bangkokista tuli maan pääkaupunki vuonna 1782 kuningas Rama I:sen johdosta (Tourism Authority of Thailand 2010). Bangkokin alueen tarkkaa väkilukua ei tiedetä, mutta arviot liikkuvat 8–15 miljoonan asukkaan välillä (Ulkoasiainministeriö 2010). Bangkok on kooltaan 1 538 neliökilometriä ja sen alueella asuu noin kymmenesosa koko maan väestöstä (Rekiaro 2007, 6). Kaupunki on maan talouselämän, hallinnon, politiikan, kulttuurin ja hengellisyyden keskus sekä yksi Aasian vilkkaimmista kaupungeista (Lehtipuu 2007, 71).

Enkelten kaupungiksikin kutsuttu Bangkok on kärsinyt 1990-luvulla alkaneen suuren rakennusbuumin aiheuttamista ongelmista, kuten joukkoliikenteen huonosta sujuvuudesta (Lehtipuu 2007, 71). Tilanne on parantunut jonkin verran sen jälkeen, kun kaupungin yllä kulkeva skytrain-pikajuna avattiin liikenteelle vuoden 1999 joulukuussa (Bangkok Mass Transit System Public Co., Ltd. 2010).

Kaupungissa on yli 400 buddhalaista temppeliä (Tourism Authority of Thailand 2010b). Bangkokin ja ehkä koko maan suosituimmat turistinähtävyydet ovat Wat Phra Kaew -temppeli sekä Grand Palace eli Suuri Palatsi, joissa vierailee miljoonia ihmisiä vuosittain niin hengellisessä kuin matkailu mielessä. Muita tunnettuja ja suosittuja nähtävyyksiä ovat Chinatown (kiinalaiskortteli), Damnoen Saduak:n kelluvat markkinat, Wat Arun (Auringonnousun

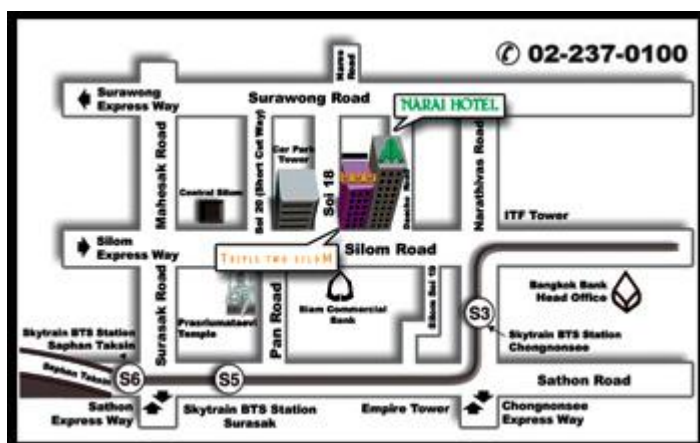
temppele) ja Chao Phraya -joki nähtävyyksineen, jossa tehdään erilaisia risteilyjä aina pitkähänkäveneistä isompiin risteilyaluksiin. (Bangkok Tourist Co., Ltd. 2010a.)

Bangkok on monille Thaimaan matkailijoille tuttu, sillä usein rantalomaan sisällytetään parin päivän pysähdys pääkaupungissa, koska sen ostosmahdollisuudet ovat lähes rajattomat. Ostoksia voi tehdä aina suuremmissa ja kalliimmissa ostoskeskuksissa, kuten MBK, Central World ja Siam Paragon, tai halvemmillä markkinoilla, kuten Chatuchak:in viikonloppumarkkinoilla. (Bangkok Tourism Co., Ltd. 2010b.)

Kaupunkia ja sen turismia ovat kuitenkin viime vuosina koetelleet pitkään kestäneet poliittiset levottomuudet. Loppuvuodesta 2008 mielenosoittajat linnoittautuivat Bangkokin kansainväliselle lentokentälle, minkä vuoksi kenttä oli suljettuna useita päiviä. (YLE 2008.) Keväällä 2010 useat maat kehottivat kansalaisiaan välttämään Bangkokiin matkustamista ja käyttämään kaupunkia vain välietappina muualle maahan matkustettaessa, kun Thaimaan hallituksen vastaiset mielenosoitukset riistäytyivät käsistä (YLE 2010). Kaksi kuukautta kestäneiden levottomuuksien arveltiin tuolloin aiheuttavan maan turismille miljardien eurojen tappiot ja matkailijamäärien laskevan viidenneksellä edellisvuodesta (Sahiluoma 2010).

2.3 Narai – hotelli kaupungin sydämessä

Narai hotelli sijaitsee Bangkokin vilkkaalla liikekadulla (Silom road, ks. kartta 2) ja luokitellaan nykyään kolmen tähden hotelliksi. Yritys on osakeyhtiö ja suosittu myös suomalaisten turistien keskuudessa, sillä se on Aurinkomatkojen yhteistyöhotelli. Narai hotelli avattiin vieraille ensimmäisen kerran virallisesti 17.11.1968. Hotelli oli alkuaikoinaan korkein rakennus Thaimaassa ja maan ensimmäinen viiden tähden hotelli. Hotellissa oli Thaimaan suurin sali ja hotellin ravintola tarjosi maan ensimmäisenä italialaista ruokaa. Narai hotelli oli kuuluisa etenkin italialaisesta ruoastaan, jota toimitettiin myös kuninkaanpalatsiin. Avaamisensa jälkeen jopa Thaimaan kuningas majoittui pariin otteeseen Narai hotellissa. (Somsak 2010.)



Kartta 2. Narai hotellin sijainti (Narai Hotel 2011a).

Narai hotellissa on kolmetoista kerrosta ja 474 huonetta sekä seitsemän huonetason luokitusta; standard -, superior - ja deluxe huone sekä deluxe (kuva 1) -, executive -, Thai - ja Narai sviitti. Perushuoneen varustukseen kuuluvat kylpyhuone, ilmastointi, televisio, puhelin, jääkaappi ja tallelokero sekä langaton internet yhteys. (Narai Hotel 2011d.)

Narai hotellissa on yhteensä noin 450 työntekijää, jotka työskentelevät ravintoloissa, vastaanotossa, kerroshoidossa ym. toimissa, sekä 20 johtotason toimissa työskentelevää henkilöä. Työskentely tapahtuu kolmessa vuorossa: aamu, ilta ja yö vuoroissa. (Somsak 2010.)

Narai hotellin oheispalveluihin kuuluvat: fitness center, jossa asiakkaiden käytössä on kuntoluvälineitä, Business center, jossa on mm. postitus- ja faksipalvelut, vuorokauden ympäri avoinna oleva vastaanotto (kuva 2) ja rahanvaihtopalvelu sekä kuljetus- ja pesulapalvelut maksua vastaan. Hotellista löytyy myös parkkihalli noin 500 autolle ja matkatavaroiden säilytys huone sekä uima-allas (kuva 3). (Narai Hotel 2011d.)

Kokous-/juhlatiloja hotellissa on kahdeksan, joissa on paikkoja 40–1 400 henkilölle. Hotellissa järjestetään paljon kokouksia ja häät ilaisuuksia (kuva 4). Maksua vastaan asiakkaiden käytössä on myös kauneushoito-, hieronta- ja räätälipalvelut. Narai hotellissa on myös kuusi eri ravintolaa: Rabianthong tarjoaa eurooppalaista ja thaimaalaista ruokaa buffetin muodossa, Peperoni (kuva 5) tarjoaa italialaista ruokaa, Laksmi Suki:n ruokalistalta saa japanilaista ruokaa, Triple two tarjoaa vietnamilaista ruokaa ja drinkkiravintola Scenery Lounge sekä allasbaari. (Narai Hotel 2011d.)

Narai hotellin liikeideana on tarjota majoitus-, ravintola, juhla- ja kokouspalveluita. Kohdeyryhmänä ovat liikemiehet ja turistit. Narai hotelli pyrkii tarjoamaan valmiita majoitus-, koko-

us- ja juhlapaketteja positiivisella asenteella ja ystävällisellä palvelulla höystettynä. (Narai Hotel 2011d.)



Kuva 1. Deluxe sviitti (Korja 2010.)



Kuva 2. Vastaanotto (Korja 2010.)



Kuva 3. Uima-allas (Narai Hotel 2011b.)



Kuva 4. Juhlakattaus kokous-/juhlatilassa (Narai Hotel 2011c.)



Kuva 5. Ravintola Peperoni (Korja 2010.)

3 THAIMAALAINEN PALVELUKULTTUURI

Thaimaassa vallitsee luokkayhteiskunta, jossa jokaisella on oma tarkoin määritelty asemansa. Yleensä vanhempi henkilö on nuorempaa korkeammassa asemassa, mutta esimerkiksi ravintolassa asiakas on aina tarjoilijaa ylempänä. Sosiaalinen asema on täten riippuvainen myös tilanteesta. (Hupli 1997, 44.) Inkisen ja Lahtisen (1994, 225) mukaan tavat ja käytös perustuvat ihmisten eriarvoiseen asemaan ja luokkaeroihin. Ihmisen aseman Thaimaassa määräävät:

1. ulkonäkö
2. ikä
3. ammatti
4. palkka ja asema yrityksessä
5. koulutus
6. perhe
7. sosiaaliset kontaktit.

Hierarkia vaikuttaa myös maan kulttuuriin olennaisesti kuuluvan wai-tervehdyksen suorittamiseen. Wai-tervehdystä käyttävät kaikki thaimaalaiset lapsista vanhuksiin. Siinä kämmenet ja sormet asetetaan vastakkain rintakehän tai kasvojen eteen ja tehdään pieni nyökäytys. Kämmenten asento symboloi lootuksen kukkaa, joka on tärkeä symboli buddhalaisessa uskonnossa ja kulttuurissa. Tervehtiä voi neljällä eri tasolla riippuen tervehdittävän asemasta yhteiskunnassa. Ystäviä, tuttavien ja nuorempia tervehdittäessä peukalot tulevat leuan alle. Asiakkaita ja hyväntekijöitä tervehdittäessä peukalot ovat leuan tasolla. Omia vanhempia ja opettajia tervehdittäessä peukalot ovat nenän tasolla. Kuningasta ja jumalaa tervehdittäessä peukalot ovat otsan tasolla. (Somsak 2010.)

Thaimaalaisten asennoituminen työntekoon eroaa suuresti länsimaisesta. Vastuunkantaminen ja täsmällisyys ovat asioita, joita thaimaalainen ei tunne ja jotka voivat aiheuttaa ristiriitoja länsimaalaisen ja thaimaalaisen välillä. Myöhästyminen tai tulematta jättäminen sovitusta tapaamisesta tai töistä on yleistä, eikä siitä aina muisteta edes ilmoittaa toiselle osapuolelle. (Hupli 1997, 43.)

Thaimaalaisen ajattelutavan mukaan elämän tulisi olla hauskaa ja tämä pätee myös työelämään. Länsimaalaiset pyrkivät myös siihen, että elämä kokonaisuutena olisi hauskaa, mutta työnteko otetaan kuitenkin paljon vakavammin kuin Thaimaassa. (Hupli 1997, 47–48.) On-

nellisuuden merkittävyys Thaimaalaisessa yhteiskunnassa tulee esille myös Narai hotellin harjoittelujohtajan, Dominic Somsakin, mietteissä asiakkaiden ostomotiiveista. (Somsak 2010.)

Somsakin (2010) mukaan on kymmenen asiaa, joista ihmiset ovat valmiita maksamaan:

1. terveys
2. ystävät
3. onnen elementit (ruoka, koulutus)
4. onnellinen ilmapiiri
5. säännöt
6. tuki
7. vapaus
8. onnellinen koti
9. onnellinen yhteisö
10. iankaikkinen onnellisuus.

Työpaikalla vallitseva hierarkia aiheuttaa monesti ongelmia, jos yrityksessä on länsimainen johtaja. Thaimaalaiset alaiset eivät koskaan kerro eriäviä mielipiteitä johtajilleen, sillä ylempi arvoisen mielipidettä ei tule koskaan kyseenalaistaa, sillä muutoin tämä menettää kasvonsa. Tästä johtuen länsimainen johtaja uskoo asian olevan sovittu, kun eriäviä mielipiteitä ei tule julki. Kun sovittua asiaa ei sitten hoidetakaan, kokee johtaja tulleen petetyksi. (Hupli 1997, 44.)

Passiivisuutta selitetään usein sillä, että asian on yksinkertaisesti unohtanut. Kun alainen sanoo, että hän on unohtanut hoitaa jonkin asian, ei häntä voi syyttää asian tahallaan tekemättä jättämisestä. Toisin sanoen vastuuta ei haluta ottaa. Toinen yleinen selitys asian tekemättä jättämisestä on päänsärky. Jos asia on kovin vaikeasti hoidettavissa, se todennäköisesti aiheuttaa päänsärkyä ja jätetään hoitamatta. (Hupli 1997, 44.)

Thaimaalaiset viljelevät kehuja hyvin herkästi olipa kyse sitten ulkonäöstä tai tehdyn työn laadusta. Jos länsimaalainen johtaja pyytää thaimaalaista arvioimaan esimerkiksi johtamistyyliään, tulee tämä todennäköisesti saamaan pelkästään kehuja alaiseltaan. Ikävä kyllä kehut eivät aina pidä paikkaansa, eikä niitä tulisi aina ottaa tosissaan. Tässä tulee taas esiin se, ettei haluta toisen menettävän kasvojaan, jos tälle antaa kritiikkiä. Syytä olisi siis tarkkailla myös alaisten käytöstä, eikä vain kuunnella kehuja. Jos asiat eivät työpaikalla tunnu sujuvan, on todennäköistä, etteivät alaiset ole tyytyväisiä pomonsa johtamistyyliin tai työtapoihin. Kun taas

asiat luistavat ja alaiset ovat auttamisenhaluisia, voidaan kehu ottaa tosissaan. (Hupli 1997, 47.)

Ongelmia työpaikalla ei tulisi ratkaista huutamalla ja kovistelemalla, sillä tämä aiheuttaa usein vain vaikeammin ratkaistavan tilanteen, kun kasvojaan ei tulisi menettää missään tilanteessa. Alaisten arvostus esimiestään kohtaan huononee, jos esimies nuhtelee alaisiaan huutamalla. Tällä tavoin ei asia mene perille thaimaalaisessa yhteiskunnassa. Thaimaalaiset eivät osoita vihamielisyyttään kovin näkyvästi esimiehelle, eivätkä varsinkaan puhu asiasta, vaikka kokisivat tulleen loukatuiksi. Vihamielisyyden voi huomata thaimaalaisen eleistä, kuten katsekontaktin välttämisestä, ja passiivisuudesta työpaikalla. Alaiset tervehtivät esimiestään edelleen ystävällisesti hymyillen, mutta hymyn takana piilee katkeruus. (Hupli 1997, 45, 47.)

Somsakin (2010) mukaan Thaimaa on johtava maa palvelun saralla Aasiassa. Thaimaassa ihmiset ovat palvelualttiita, eivät ylimielisiä. Palvelu kuuluu olennaisena osana thaimaalaisten elämään ja ihmiset kokevat palvelemisen helppona. Täytyy olla palvelualtis, ollakseen palvelukelpoinen. Thaimaalaiset eivät osaa ajatella kriittisesti ja antavat periksi hyvin helposti. Eurooppalaiset ovat tässä suhteessa thaimaalaisten vastakohta. Aasialaisen kulttuurin mukaan elämä on kärsimystä ja onnen voi löytää taivaasta. Eurooppalaisen ajattelutavan mukaan taas onnen voi löytää maanpäällisestä elämästä. (Somsak 2010.)

Somsak (2010) kiteyttää palvelun tasot seuraavasti:

1. Ymmärrä asiakkaan tarpeet.
2. Jos ongelmia ilmenee, ratkaise ne.
3. Kehitä tilannetta yli odotusten.

Thai-kulttuurin vaikutus palvelutilanteissa ilmenee mm. seuraavilla tavoilla: hymy ja wai-tervehdys, palvelun hienostuneisuus sekä buddhalaisuuden esiintyminen (Somsak 2010). Thaimaan palvelukulttuuri tunnetaan erityisesti hymyilevistä asiakaspalvelijoistaan. Thaimaassa hymyllä ilmaistaan monia eri asioita, kuten iloa, huvittuneisuutta, kiitosta, pahoittelua, hämmennystä ja noloutta. Tämän vuoksi länsimaisen ihmisen voi olla hankalaa tulkita thaimaalaisia. (Lehtola 2010, 23.) Buddhalaisella kulttuurilla on tässäkin tapauksessa suuri vaikutus, sillä esimerkiksi kuolemaan suhtaudutaan hyvin eri tavalla länsimaiseen kulttuuriin verrattuna. Kuolema on arkipäivää ja siihen suhtaudutaan maltillisesti, eikä surua näytetä samalla tavalla kuin länsimaissa. (Somsak 2010.)

Buddhalaisuus näkyy myös thaimaalaisten pyrkimyksessä keskittien kulkemiseen, joka tarkoittaa sitä, että pyritään välttämään äärimmäisyyksiä kaikessa elämässä (Inkinen & Lahtinen 1994, 220). Työelämässä tämä näkyy siinä, että asiat tehdään niin hyvin kuin osataan omien tietojen ja taitojen pohjalta, mutta ei ylitetä itseä tai tehdä mitään ylimääraistä (Somsak 2010).

Erityisesti länsimaisen ja thaimaalaisen kulttuurin eron huomaa hankalissa asiakaspalvelutilanteissa, joissa asiakas menettää malttinsa. Hämmennystä asiakkaassa voi aiheuttaa se, että asiakaspalvelijan reaktio tilanteeseen on hymy. Thaimaassa maltin menettäminen ja äänen korottaminen ovat sama asia kuin kasvojen menettäminen, joka koetaan todella häpeälliseksi asiaksi. Kun asiakas menettää malttinsa, on kunnioitus tätä kohtaan menetetty. (Rekiaro 2007, 292.)

Narai hotellin filosofian mukaan hotellin palvelu koostuu seuraavista elementeistä:

1. sijainti
2. turvallisuus
3. puhtaus ja palvelu
4. täysi palvelu
5. hotellin modernisointi
6. ylellisyys
7. henkilökunnan jatkuva kehittäminen (Somsak 2010).

Näiden kaikkien elementtien tulisi toimia, jotta voidaan puhua laadukkaasta palvelusta. Jos jokin asia näistä ei ole hotellissa kohdallaan, olisi se korjattava pikimmiten asiakkuuksien menettämisen nojalla. Kun palvelun elementit ovat kohdallaan, voidaan hyvän palvelustrategian avulla palvella hotellin asiakkaita parhaalla mahdollisella tavalla. (Somsak 2010.)

Narai hotellin palvelustrategia koostuu seuraavista:

1. Anna aina jotain ylimääraistä.
2. Lupaa vähän, toimita enemmän.
3. Koskaan ei tule antaa kieltävää vastausta, ennen kuin on yrittänyt löytää ratkaisun.
4. Tee odottamaton.
5. Ryhdy lisätoimenpiteisiin ja tee asiat loppuun asti.
6. Kehitä itseäsi jatkuvasti.

7. Älä ole koskaan liian itsevarma, äläkä koskaan väheksy kilpakumppaneitasi tai palvelutilanteita.
8. Jokainen asiakas on V.I.P.
9. Palvele kansainvälisellä kokemuksella, mutta paikallisilla taidoilla.
10. Ole suora kuin köysi, mutta joustava.
11. Tee vaikutus heti ensimmäisessä palvelutilanteessa. (Somsak 2010.)

4 PALVELU JA SIIHEN LIITTYVÄT KÄSITTEET

Palvelu ei ole yksiselitteinen käsite. Sen merkitys voi vaihdella henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena. Tuotteesta, kuten koneesta, voi tehdä palvelun, mikäli myyjä pyrkii mukauttamaan ratkaisun asiakkaan tiettyjen vaatimusten ja toiveiden mukaiseksi. Vaikka kone on itsessään fyysinen esine, on tapa toimittaa asiakkaalle hyvin suunniteltu kone palvelua. (Grönroos 1998, 49–50.) Asiakkaan näkökulmasta katsottuna palvelua on kaikki se toiminta tai reaktiot, joista hän kokee maksavansa, kuten myös palvelun odottaminen. Useimmat palvelut toteutetaankin reaaliajassa, jolloin aikatekijä muodostuu palveluissa tärkeämmäksi kuin tavaroissa. Asiakas voi tyytyä odottamaan autoaan pari viikkoa, mutta on tyytymätön, mikäli joutuu jonottamaan pankissa tai ravintolassa. Tutkimusten mukaan asiakkaat arvioivatkin palvelun odottamiseen kuluneen ajan seitsemänkertaiseksi todellisuudessa kuluneeseen aikaan verrattuna. (Ylikoski 1999, 20.)

Grönroosin (1998, 53) mukaan useimmille palveluille on ominaista neljä peruspiirrettä:

1. Palvelut ovat enemmän tai vähemmän aineettomia.
2. Palvelut ovat tekoja tai tekojen sarjoja eivätkä asioita.
3. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti.
4. Asiakas osallistuu tuotantoprosessiin ainakin jossain määrin.

Palvelujen piirteiksi voidaan lisäksi lukea Äyvärin, Suvannon ja Vitikaisen (1995, 65–67) mukaan palvelujen mahdoton varastointi ja laadunvalvonnan vaikeus. Jokisen ym. (2000, 224) mielestä yhdeksi ominaisuudeksi voidaan lisäksi ottaa tasapaino, eli palvelun aineettoman ja aineellisen osan on oltava tasapainossa, jotta palvelun kokonaisuus olisi toimiva.

Palvelu koetaan subjektiivisesti, sitä kuvaillaan käyttämällä sellaisia ilmauksia kuin kokemus, luottamus, tunne ja turvallisuus, eli hyvin abstrakteilla ilmauksilla, mikä johtuu palvelujen aineettomuudesta. Palveluissa voi olla kuitenkin myös todella konkreettisia aineksia, kuten ravintolassa tarjottava ruoka. Aineettomuudesta johtuen asiakkaan on usein vaikea arvioida palvelua. (Grönroos 1998, 53.) Palvelun näkymättömyyden vaikutuksia pystytään vähentämään hyvällä yrityskuvalla ja yrityksen toimintatavalla (Kuusela 1998, 32). Palvelun ollessa sarja tekoja tai prosesseja, jotka vielä tuotetaan ja kulutetaan lähes samanaikaisesti, perinteiset menetelmät eivät tahdo toimia laadun valvonnassa ja markkinoinnissa. Neljännen piirteen

mukaan asiakas on osa tuotantoa, joten kaikkien näiden piirteiden mukaan palvelua, toisin kuin tavaroita, ei voida varastoida. (Grönroos 1998, 54.) Ennen asiakkaan ja palvelun tarjoajan vuorovaikutusta, ei itse palvelua tavallaan ole olemassa (Väistö 1994, 16). Asiakas on siis aktiivinen vaikuttaja, aktiivisuudellaan ja toiveillaan sekä aloitteellisuudellaan hän voi suuresti vaikuttaa siihen, millainen palvelutapahtumasta muodostuu (Kuusela 1998, 34).

Väistön (1994, 17) mukaan palveluprosessin loputtua on palvelu lakannut, mikä tekee sen ainutkertaiseksi, sitä ei siis voida toistaa, vaihtaa tai muutoin parantaa. Tämä ominaisuus saa kuitenkin palvelusta haavoittuvan ja erittäin vaativan tehtävän. Yhdellä väärällä lauseella voidaan palvelu saada epäonnistumaan. Toinen vaativuutta aiheuttava ominaisuus on vakioinnin vaikeus, tämän aiheuttavat tapahtumaluonteisuus ja inhimilliset syyt. Jokainen palvelutapahtuma muodostuu erilaiseksi, ihmisten käyttäytymisen sekä tilanteiden ja asioiden vaihdellessa.

Palvelun kohteena voivat olla ihmiset tai heidän omaisuutensa, kuten majoituspalveluissa kohteena on ihminen, mutta autokorjaamolla ihmisen omistama auto huolletaan (Ylikoski 1999, 29). Kuuselan (1998, 29) mukaan palvelujen luonteen vuoksi asiakkailla ei ole niihin varsinaista omistussuhdetta, palvelu on siis enemmän kokemus ja tapahtuma, eikä niillä ole jälleenmyynti arvoa. Asiakaspalveluksi määritellään kaikki asiakkaiden hyväksi tehty työ. Jokainen yritys ja yhteisö palvelevat sekä sisäisiä, että ulkoisia asiakkaitaan. Sisäiset palvelut tuotetaan lähes yksistään yrityksen omaan käyttöön. Tällaisia palveluita ovat esimerkiksi henkilöstön koulutus- ja kehittämispalvelut. (Lahtinen & Isoviita 2001, 45, 47.)

4.1 Palveluiden luokittelu

Palveluiden ominaispiirteitä voidaan arvioida vertailemalla palveluja keskenään. Palvelujen luokittelun avulla taas voidaan arvioida esimerkiksi, minkä tyyppisiä palvelutapahtumat ovat luonteeltaan ja minkä tyyppinen vuorovaikutussuhde palveluyrityksellä on asiakkaaseen. Palveluja voidaan luokitella monin tavoin. (Kuusela 1998, 41) Palveluiden luokittelu ei itsessään ole merkittävää, mutta sen avulla voidaan tehokkaasti analysoida erilaisia palvelumalleja ja löytää ideoita oman palvelun kehittämiseen (Pesonen ym. 2002, 26).

Kuuselan (1998, 41–42) mukaan yksi esimerkki luokittelusta on:

1. Tuottajakeskeiset palvelut, kuten pankki- ja kirjanpitoalvelut

2. Sosiaalipalvelut, kuten terveydenhoito- ja koulutuspalvelut
3. Henkilökohtaiset palvelut, kuten majoitus- ja matkailupalvelut.

4.2 Palvelu tuotteena, pakettina, tapahtumana sekä laajennettuna tuotteena

Tuote ymmärretään kokonaisuutena, joka muodostuu kerroksista. Kokonaisuuden perusta on tuoteydin, jota muut osat täydentävät. Täydentävät osat ovat avustavat osat ja laajennettu tuote eli mielikuvatuote. Palvelutuotteet eroavat tuotteista, ne tuotetaan yhteistyössä asiakkaan kanssa ja myydään eri tavoin kuin normaalit tuotteet; ne voivat olla esimerkiksi sopimuksia ja lupauksia. (Bergström & Leppänen 2009, 198.) Palvelun kehittäminen monista osista koostuvana kerroksellisenä kokonaisuutena on palvelun tuotteistamista, lähtökohtana siinä on asiakkaiden tarpeiden tunteminen sekä tavoiteltu asema asiakkaiden mielissä (Lämsä & Uusitalo 2003, 100). Palvelu on tuotteistettu, kun sama palvelu voidaan toteuttaa x kertaa määritellyllä sisällöllä, laatutasolla, määritellyssä ajassa, useiden toimijoiden yhteisenä prosessina. Palvelun tuotteistamisessa on siis kyse palvelun saattamisesta käsinkosketeltavan tuotteen omaiseksi. Tuotteistamista tarvitaan, jotta voitaisiin saavuttaa palveluilla samoja tuottavuus- ja tehokkuuslukuja kuin tavarateollisuudessa. (Sääksvuori 2008.)

Palveluyritykset markkinoivat useiden palvelusten muodostamia kokonaisuuksia tyydyttääkseen asiakkaan tarpeet, näistä kokonaisuuksista käytetään nimitystä palvelupaketti. Palvelupaketit kootaan ydinpalveluksen ympärille lisäämällä liitännäispalveluksia. Voi olla lähes mahdotonta käyttää ydinpalvelua käyttämättä yhtä aikaa liitännäispalveluja. (Lahtinen & Isoviita 1994, 13.) Palveluyrityksen kohderyhmien mukaisesti räätälöidyt palvelupaketit muodostavat yrityksen palvelukokonaisuuden (Äyväri ym. 1995, 100). Hotellissa palvelupaketteja voivat olla Lahtisen ja Isoviitan (1994, 13) mukaan:

- hotellipalvelupaketti (ydinpalvelus: yöpyminen)
- kokouspalvelupaketti (ydinpalvelus: tilojen vuokraus)
- ravintolapalvelupaketti (ydinpalvelus: ruoan tarjoaminen).

Palvelupaketit tulisi rakentaa Lahtisen ja Isoviitan (1994, 13) mukaan niin, että asiakas saa daan kokemaan myönteisiä elämyksiä:

- ennen ydinpalveluksen käyttöä (saapumisvaihe)
- ydinpalveluksen käytön aikana (käyttövaihe)
- ydinpalveluksen käytön jälkeen (poistumisvaihe).

Yrityksen on tiedettävä, mitä palvelupaketteja asiakkaat tarvitsevat. Ydinpalvelun tuottaminen on yrityksen perustehtävän hoitamista, kun taas liitännäispalvelujen tuottaminen on räätälöityä erityisosaamista, jonka avulla erotutaan kilpailijoista ja saadaan tuotettua asiakkaalle yksilöllinen tarpeita vastaava palvelu. (Lahtinen & Isoviita 2001, 52–53.) Palvelupaketti voidaan jakaa kuuteen eri tekijään, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan lopulliseen palveluun. Nämä kuusi tekijää ovat; ydinpalvelu, liitännäispalvelut, tukipalvelut, palvelun saavutettavuus, vuorovaikutteinen viestintä ja asiakkaan osallistuminen. (Grönroos 1987, 66.)

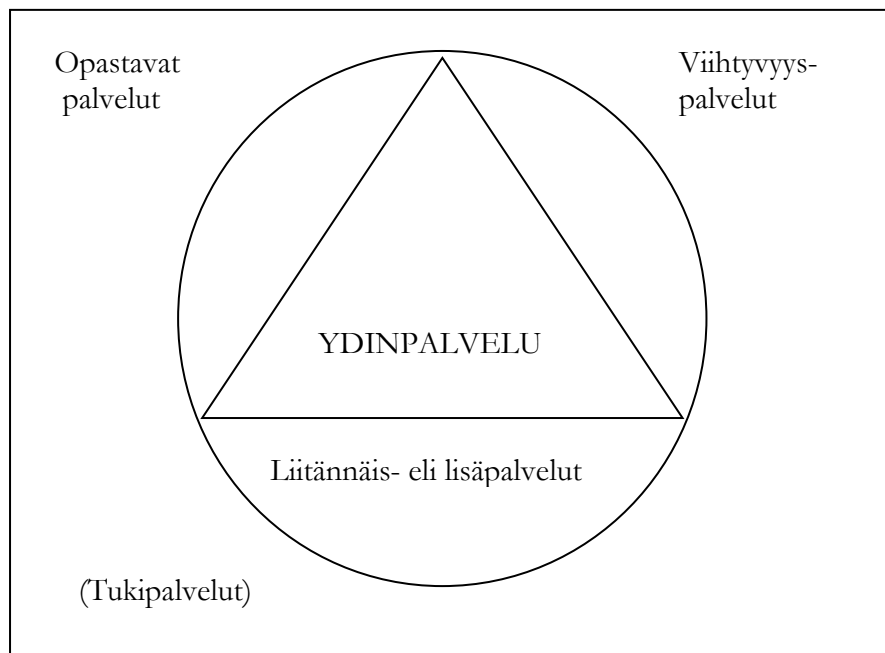
Palvelutapahtuma eli palveluprosessi voidaan jakaa vaiheisiin, jolloin sitä on helpompi tarkastella. Jokaisessa vaiheessa voi olla kriittisiä pisteitä, joissa epäonnistuminen voi pilata palvelukokemuksen. Jokaista palvelutapahtuman osaa tulisi tutkia erikseen, jotta kaikki palvelutapahtuman osat saataisiin samalle tasolle ja palvelu asiakkaalle miellyttäväksi kokonaisuudeksi. (Jokinen ym. 2000, 243.) Hotellissa palvelutapahtuma voidaan jakaa Alénin ym. (1997, 35) mukaan viiteen osaan:

1. Toiminnot ennen asiakkaan saapumista
2. Asiakkaan saapuminen
3. Asiakkaan oleskelu hotellissa
4. Asiakkaan lähtö hotellista
5. Toiminnot asiakkaan lähdettyä.

Toimenpiteet, jotka suoritetaan ennen asiakkaan saapumista hotelliin, edistävät toimivan palveluprosessin luomista. Jos asiakkaan ennakkovarauksen yhteydessä mainitsemat toiveet jäävät kirjaamatta ylös, on palvelu vaikea saada vastaamaan asiakkaan tarpeita. Kaikkien ennakkoon suoritettavien tehtävien tarkoitus on nopeuttaa ja helpottaa itse saapumisvaihetta. Asiakkaan saapuessa on pyrittävä toimimaan ripeästi ja tehokkaasti. Sisään kirjoittautumisvaiheessa luodaan kivijalka koko palveluprosessille, sillä useimmat asiakkaat arvioivat koko hotellin palvelua juuri tämän vaiheen riipeyden perusteella. Tässä vaiheessa annettu informaatio vaikuttaa myös hotellin muiden osastojen myyntiin hotellissa oleskeluvaiheessa. Karkein vir-

he asiakaspalvelussa on olettaa asioita. Tiedotuksen tulisi kulkea monta eri kanavaa pitkin. Oleskeluvaiheessa vastaanotto hoitaa asiakkaan viestit ja erilliset laskut huonelaskun yhteyteen. Lähtemisvaiheessa asiakas luovuttaa huoneensa ja maksaa laskunsa. Tällöin on hyvä muistaa asiakassuhteen mahdollinen jatkuminen, sillä vielä voidaan vaikuttaa asiakkaan kokemukseen myönteisesti, joten myös uloskirjoittautumisen tulisi sujua ripeästi ja ystävällisesti. Lähdön jälkeisessä vaiheessa pyritään varmistamaan asiakkaan palaaminen uudelleen, sillä vielä pystytään tekemään korjauksia epäonnistuneeseen palveluprosessiin. Kanta-asiakasta voidaan muistaa esimerkiksi merkkipäivänä jne. (Alén ym. 1997, 35–45.)

Väistön (1994, 18) mukaan laajennettu palvelutuote voidaan teoriassa jakaa kuvion 1 mukaisesti osatekijöihin.



Kuvio 1. Palvelutuotteen teoreettiset osatekijät (Pesonen ym. 2002, 30)

Palvelutapahtuma rakentuu aina ydin- eli peruspalveluun. Tällä tarkoitetaan sitä, mitä palveluyritys itse asiassa tekee. Erilaiset viihtyvyyss-, lisä- ja opastavat palvelut täydentävät ydin-osaa. Nämä kaikki lisäävät kokonaishyödykkeen käyttökelpoisuutta ja ydintuotteen mielekkyyttä sekä antavat yritykselle mahdollisuuden erottua kilpailijoistaan. (Väistö 1994, 18–19.) Lisäksi nämä lisäävät Rissasen (2006, 232) mukaan asiakkaan näkökulmasta palvelun arvoa sekä valintamahdollisuuksia. Lisäpalvelut tuovat välineitä asiakkaan houkutteluun ja tarpeiden tyydyttämiseen sekä myös hinnoitteluun. Yritys voi paketoimalla edesauttaa vähemmän

kysyttyjen palvelujensa menekkiä. Myös katetta voi parantaa se, etteivät asiakkaat todellisuudessa käytä aina kaikkia pakettiin kuuluvia palveluja, vaikka he ovat maksaneetkin mahdollisuudesta käyttää niitä. Lisäpalvelut siis täydentävät ydinpalveluita ja ovat välttämättömiä sen tuottamiseksi, eli ne muodostavat olennaisen osan asiakkaalle tarjottavasta palvelukokonaisuudesta. Tukipalvelut taas ovat lähinnä ydinpalveluun liittyviä vaihtoehtoja, jotka eivät ole ydinpalvelun kannalta välttämättömiä, vaan ne helpottavat ydinpalvelun käyttöä ja lisäävät asiakkaan mukavuutta. (Pesonen ym. 2002, 31–32.)

Laajennettu palvelutuote Narai hotellissa

Narai hotellin ydinpalvelu on majoitus. Lisäpalveluita ovat esimerkiksi hotellin vastaanotto-, rahanvaihto- ja huonepalvelu, kuntosali ja business center, ilmainen langaton internet yhteys, matkatavaroiden säilytys huone, parkkihalli, uima-allas ja allasbaari sekä viisi erilaista ravintolaa. Viihtyvyysspalveluita taas ovat esimerkiksi sisustus ja siisteys. Opastaviin palveluihin kuuluvat muun muassa hotellikansio, esitteet, kartat ja neuvontapiste. Muita tukipalveluita ovat lisämaksua vastaan tarjottavat kuljetus-, pesula-, kauneudenhoito-, räätäli- ja hierontapalvelut.

4.3 Palvelun laatu

”Puhe laadun parantamisesta määrittämättä, mitä se on, kuinka asiakkaat sen kokevat ja kuinka sitä voi edistää, ei ole paljonkaan arvoista” (Grönroos 1998, 62). Palvelun laatu muodostuu ainutkertaisista asiakaspalvelutilanteista. Esimerkiksi viestintä- ja vuorovaikutustilanteissa myyjän ja asiakkaan välillä, huolimatta vuorovaikutustilanteen ajasta, on siinä monta mahdollisuutta joko onnistua tai epäonnistua. Ensivaikutelma onkin yksi keskeisimpiä osia palvelutapahtumassa, sillä asiakas tekee päätelmänsä palvelun laadusta jo ensimmäisten sekuntien aikana. (Pesonen ym. 2000, 93.) Laadun arviointia vaikeuttaa huomattavasti se, että asiakas voi arvioida palvelua vasta, kun on sen jo kuluttanut. Siksi palvelun laatuun ja hintaan suhtaudutaan yleensä kriittisemmin kuin tavaroiden, sillä tyytymättömän asiakkaan on mahdollonta palauttaa ostamaansa palvelua. (Pesonen ym. 2002.) Vaikka palvelutapahtuma on joka kerta ainutlaatuinen, voi esimies vaikuttaa sen laatuun luomalla selkeitä toiminta- ja pelisääntöjä, kouluttamalla ja kehittämällä henkilökunnan ammattitaitoa jatkuvasti sekä huolehtimalla hyvästä työilmapiiristä ja kannustavasta johtamisesta (Lämsä & Uusitalo 2003, 18–19).

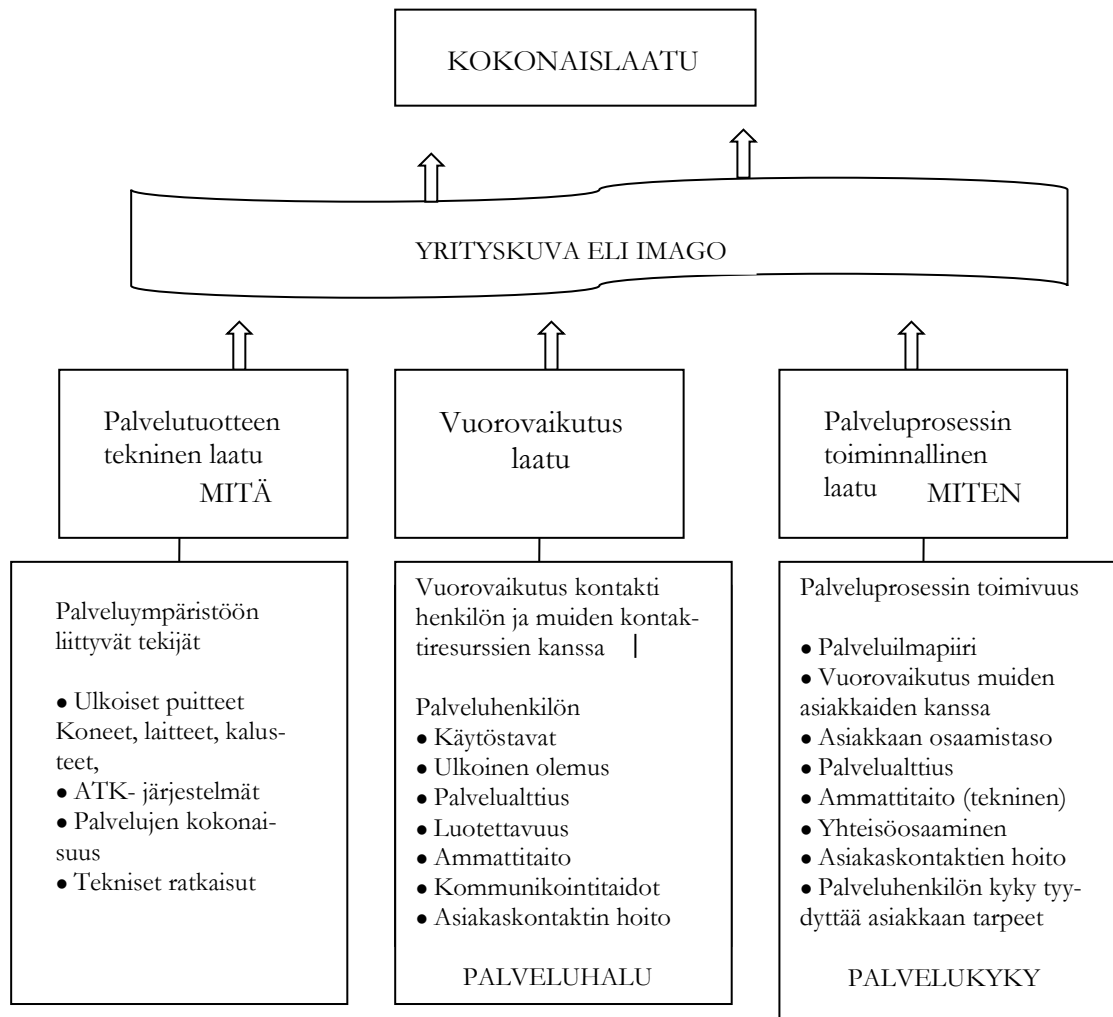
4.3.1 Palvelun laadun ulottuvuudet

”Asiakkaan kokemalla laadulla on kaksi pääulottuvuutta, tekninen eli lopputuloslaatu sekä toiminnallinen eli prosessilaatu”. Teknisellä laadulla viitataan siihen mitä asiakas saa, siinä korostuvat palvelutapahtuman tekninen toteuttaminen ja palveluprosessin lopputulos (Komppula & Boxberg 2002, 42–43.) Tekninen laatu on perusedellytys palvelun kokonaislaadulle, mutta se ei usein yksistään riitä luomaan hyvää kokonaislaatua asiakkaalle (Äyväri ym. 1995, 188).

Toiminnallisella laadulla viitataan siihen, miten asiakas tuotteen saa. Se pitää sisällään tekijät, jotka vaikuttavat siihen, miten asiakas kokee samanaikaisen tuotanto- ja kulutusprosessin (Komppula & Boxberg 2002, 42–43). Toisin sanoen, sillä kuvataan sitä, miten hyvin yhteistyö asiakkaan ja palvelua tarjoavan yrityksen henkilökunnan välillä on sujunut (Äyväri ym. 1995, 188). Toiminnallista laatua ilmentäviä asioita ovat mm. yrityksen palveluilmapiiri, vuorovaikutus muiden asiakkaiden kanssa, asiakkaan oma osaamistaso ja sen huomioiminen sekä palveluhenkilöstön ammattitaito (Komppula & Boxberg 2002, 42–43). Toiminnallista laatua ei voi arvioida yhtä objektiivisesti kuin teknistä laatua (Grönroos 1998, 64).

Koska asiakkaan ja palveluhenkilöstön välinen vuorovaikutus on tärkeää ja vieraanvaraisuus on selkeästi yksi tuotteen elementti, on laadun yhdeksi ulottuvuudeksi nimettävä vuorovaikutuslaatu. Vuorovaikutuslaatuun vaikuttaa oleellisesti palveluhenkilöstön palveluhalu, joka voi vaihdella tilanteen ja mielialan mukaan, sekä kunkin asiakaspalvelijan henkilökohtaiset ominaisuudet, kuten ystävällisyys ja ulkoinen olemus. Yrityksen tavalla toimia ja tukea henkilöstöään on yhtä suuri vaikutus, mikä viittaa toiminnalliseen laatuun. ”Vastuun ja toimivallan antaminen, tiimityön ja yhteistyön tukeminen sekä laadun seuranta- ja palautejärjestelmien organisoiminen ovat yksi osa vuorovaikutuslaatua.” (Komppula & Boxberg 2002, 43.) Asiakkaan ja palvelun tuottajan kohtaamista kutsutaan totuuden hetkeksi, jolloin asiakas on vuorovaikutuksessa palveluorganisaation kanssa. Esimerkiksi hotellissa tärkeitä totuuden hetkiä ovat asiakkaan sisään kirjoittautuminen, huoneeseen ohjaaminen, ruokailu hotellin ravintolassa ja uloskirjoittautuminen. Näiden kohtaamisten aikana asiakkaalle paljastuvat keskeiset yrityksen palvelun laatua kuvastavat tekijät, jokainen kohtaaminen vaikuttaa osaltaan siihen, millainen kuva asiakkaalle palvelusta syntyy. (Lämsä & Uusitalo 2003, 58.) Henkilöstö, joka on motivoitunut ja sitoutunut tuottaa parempaa teknistä, toiminnallista ja vuorovaikutuslaatua (Komppula & Boxberg 2002, 43).

Asiakkaan kokemaan laatuun vaikuttaa myös keskeisesti yrityksen imago, joka on palveluyritykselle yhtä tärkeä kuin muillekin organisaatioille (Grönroos 1998, 68). Useimmiten asiakkaan kokemaan laatuun eniten vaikuttavia tekijöitä ovat toiminnalliset tekijät sekä vuorovaikutussuhde asiakkaan ja palveluyrityksen yhteishenkilöiden välillä (Äyväri ym. 1995, 188–189). Palvelun laadun ylläpitäminen on todella vaativa ja monipuolinen tehtävä. Tämän vuoksi yrityksen johdon ja henkilöstön on seurattava ja kehitettävä sitä valppaasti. Erityisesti majoitusliikkeessä kaksi keskeisesti palvelun laatuun vaikuttavaa asiaa ovat yrityksen siisteys, jonka on tultava esille kaikkialla, ja henkilökunnan asenne sekä vuorovaikutustaidot. (Brännare ym. 2005, 81.) Kaikkien edellä mainittujen asioiden vaikutus kokonaislaatuun on esitetty kuviossa 2.



Kuvio 2. Palvelun laatu-ulottuvuudet (Kompula & Boxberg 2002, 43)

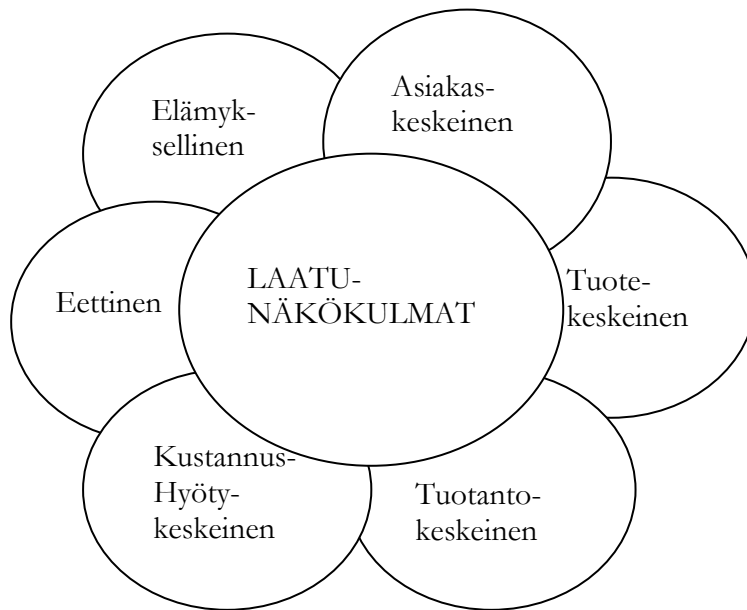
Rissasen (2006, 215–216) mukaan asiakas muodostaa käsityksensä palvelun laadusta seuraavien tekijöiden mukaan:

1. Pätevyys ja ammattitaito jolla tarkoitetaan palvelun tuottajan ammattitaitoa palvelun ydinalueella.
2. Luotettavuus eli palvelu on tuotettu virheettömästi ja sopimuksien mukaan.
3. Uskottavuus eli asiakas luottaa palveluntarjoajan toimintaan asiakkaan edun vaatimalla tavalla.
4. Saavutettavuus eli asiakas ei joudu näkemään liian paljon vaivaa saadakseen palvelun.

5. Turvallisuus eli asiakas kokee olonsa turvalliseksi.
6. Kohteliaisuus, palvelun tuottaja viestii asiakkaalle pukeutumisellaan, käytöksellään ja persoonallaan huomaavaisuutta ja kunnioitusta.
7. Palvelualttius eli palveluaste, ennen palvelutilannetta, sen aikana ja jälkeen asiakkaalle kommunikointi on selkeää.
8. Viestintä, sen tulee olla selkeää.
9. Asiakkaan tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen, palvelun tuottajalla on ammatitaitoa syventää ja varmistaa asiakkaan palveluntarvetta.
10. Palveluympäristö, jolla tarkoitetaan esimerkiksi viihtyvyyteen, ilmapäiriin, siisteyteen liittyviä seikkoja.

Äyväärin ym. (1995, 196–198) mukaan palvelun laadun ulottuvuudet voidaan jakaa viiteen merkittävään tekijään, joita ovat luotettavuus eli toimintavarmuus, vakuuttavuus eli henkilöstön ja yrityksen uskottavuus kokonaisuutena, palveluhalukkuus eli henkilöstön valmius ja halu palvella tehokkaasti, ymmärtämys eli empatia ja aineelliset seikat eli fyysiset seikat. Näistä viidestä seikasta tärkeimmäksi on noussut tutkimusten mukaan luotettavuus.

Laatua voidaan tarkastella Lämsän ja Uusitalon (2003, 24–26) mukaan myös eri lähtökohdista, jotka voidaan jakaa kuuteen näkökulmaan, kuten kuviosta 3. käy ilmi:

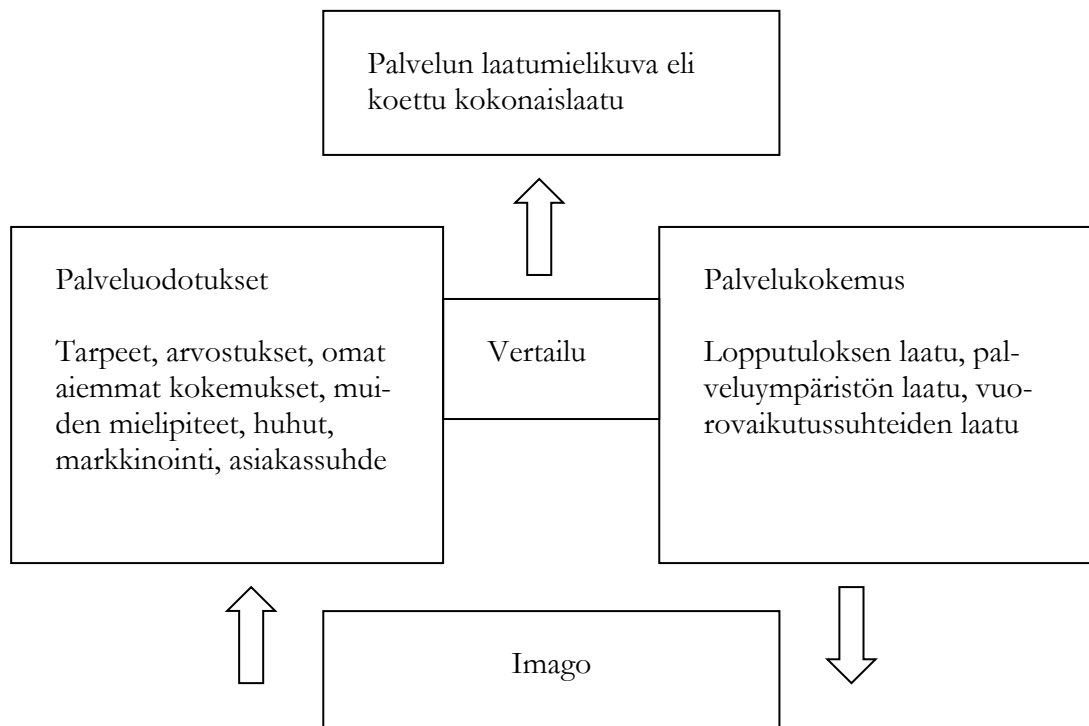


Kuvio 3. Palvelun laatu näkökulmat (Lämsä & Uusitalo 2003, 24)

Elämyksellisen näkökulman mukaan palvelun laatu voidaan määritellä ainoastaan intuitiivisesti, eli sitä ei voida kokonaan mitata tai analysoida. Asiakaskeskeisessä näkökulmassa otetaan huomioon asiakkaan tarpeet ja toiveet, jotka sitten yritys pyrkii tyydyttämään. Näin ollen laatu on sidottuna asiakkaan tarpeisiin, jotka muuttuvat kunkin asiakkaan kohdalla mieltymysten ja odotusten mukaan. Tässä näkökulmassa hyvän laadun kriteeri on asiakkaan tyytyväisyys. Tuotokeskeinen näkökulma keskittyy tavaran tai palvelun mitattaviin ominaisuuksiin. Palvelujen osalta pyritään määrittelemään standardeja ja ohjeistuksia niiden laatuominaisuuksien osalta. Tämä näkökulma korostaa laadun teknisyyttä ja vakiointia. Tuotantokeskeisessä näkökulmassa korostetaan tavaran ja palvelun tuotantoprosessia, sen sujuvuutta ja virheettömyyttä. Kustannus-hyötykeskeinen näkökulma painottaa palvelun tuottamisen aiheuttamia kustannuksia suhteessa saatavaan taloudelliseen hyötyyn. Eettisen näkökulman lähtökohtana taas on ajatus siitä, että hyvä laatu ei tarkoita pelkästään taloudellista tai aineellista hyötyä, vaan siihen kuuluu myös velvollisuus edistää laatua ja asiakkaan oikeus hyvään laatuun. (Lämsä & Uusitalo 2003, 24–26.) Palvelun laadun ja asiakastyytyväisyystutkimuksen välillä on yhteys, asiakastyytyväisyys on odotusten ja toteutuneen palvelun välinen suhde (Kuusela 1998, 139).

4.3.2 Koettu palvelun laatu ja imago

Koettu laatu muodostuu teknisestä ja toiminnallisesta laadusta, näistä kahdesta taas muodostuu imago, jonka perusteella asiakas tekee päätöksen koetusta laadusta (Pesonen ym. 2000, 93). Yrityskuva toimii laatumallin suodattimena, eli jos imago on hyvä, ei asiakas reagoi pie-niin pettymyksiin teknisessä tai toiminnallisessa laadussa niin voimakkaasti (Äyväri ym. 1995, 189). Imago on vahva vaikuttaja, se myös muokkaa asiakkaan odotuksia ennen palvelua. Imago on toisin sanoen asiakkaan tunteiden, mielikuvien ja kokemusten summa (Ylikoski 1999, 137). Asiakkaiden muodostama mielikuva perustuu suurimmaksi osin palvelusta saatuihin kokemuksiin (Äyväri ym. 1995, 177). Kuviossa 4 on esitetty palveluodotuksien, palvelukokemusten ja imagon vaikutus palvelun kokonaislaatuun.



Kuvio 4. Palvelun laatumielikuvaan vaikuttavat seikat (Lahtinen & Isoviita 2001, 55)

Imago muodostuu jokaisen asiakkaan mielessä omiksi mielikuviksi, eli tietyn yrityksen imago voi herättää eri ihmisissä erilaisia tuntemuksia, koska imagoa peilataan omiin tietoihin ja tunteisiin. Imagon muodostumiseen vaikuttavat yrityksen markkinointiviestintä, kaikki ulkoiset tunnusmerkit, organisaation maine, palvelujen laatu ja saavutettavuus, yrityksen henkilöstö ja sen toiminta sekä julkisuudessa esillä ollut tieto yrityksestä. Asiakkaan henkilökohtaisten mielipiteiden muodostumiseen vaikuttavat yrityksen julkisen imagon lisäksi myös asiakkaan

omat kokemukset yrityksestä ja asiakkaan muilta asiakkailta sekä sukulaisilta ja tuttavilta saatu tieto yrityksestä. Mikäli asiakkaalle on muodostunut yrityksestä myönteinen kuva, antaa hän pienet virheet anteeksi, mikäli virheitä sattuu usein, kärsii imago vaikuttaen palvelun laadun arvioimiseen. (Komppula & Boxberg 2002, 45–46.) Imagoa tutkittaessa tulisi sitä tarkastella kohderyhmittäin ja sidosryhmittäin, sillä myönteinen imago on tärkeä myös muissa ulkoisissa suhteissa (Ylikoski 1999, 139). Yrityskuvaan eli imagoon vaikuttaa siis kaikki, mikä on tekemisissä yrityksen kanssa joko välillisesti tai välittömästi, sitä voidaan siis kehittää haluttuun suuntaan (Äyväri ym. 1995, 179).

Laatu on hyvä, mikäli koettu laatu vastaa asiakkaan odotuksia eli odotettua laatua. Asiakkaan odotusten ollessa liian korkealla, voi koettu kokonaislaatu olla alhainen, vaikka objektiivisesti mitattuna laatu olisikin koettu hyväksi. (Grönroos 1998, 67.) Asiakkaan palveluun kohdistamat odotukset ovat palvelua ja toimittamista koskevia uskomuksia, jotka syntyvät ennen palvelun käyttöä. Odotukset toimivat vertailukohtina asiakkaan arvioidessa saamaansa palvelua palvelutapahtuman aikana ja sen jälkeen. Palveluun ei tule sisällyttää sellaisia asioita, joita asiakas ei odota ja joista tämä ei halua maksaa. Asiakkaiden odotukset eivät ole kiinteitä, vaan ne voivat muuttua jatkuvasti. Asiakkaan tarpeet muokkaavat hänen palveluihin kohdistamia odotuksia, odotukset ilmenevät eri ihmisillä eri tavoilla. (Lämsä & Uusitalo 2003, 51, 53–54.) Jos samalla mittarilla mitataan sekä asiakkaan odotukset että kokemukset, saadaan mittaustuloksia vertaamalla selville, millaiseksi asiakas laadun koki. Laatutekijöiden painoarvot riippuvat kuitenkin siitä, mikä palvelu on kyseessä. (Ylikoski 1999, 134.)

4.3.3 Palvelun laadun kuiluanalyysi

Palvelun laadun kuiluanalyysin tarkoitus on kartoittaa laadun osatekijöitä ja arvioida ongelmakohtia. Laatua voidaan pitää huonona, kun asiakkaan odotukset eivät täyty. Tällöin syntyy laatukuilu, joka voi syntyä monessa kohtaa. Mahdollisia kuiluja ovat; johdon näkemyksen-, laatuerojen-, palvelun toimituksen- ja markkinointiviestinnän kuilu. (Kuusela 1998, 123–127.)

Johdonnäkemyksen kuilu syntyy, kun johto tiedostaa asiakkaiden laatuodotukset puutteellisesti tai kun asiakaspalautetta ei käytetä apuna yrityksen toimintaa kehitettäessä. Tähän laatu-kuiluun vaikuttaa usein tiedonpuute, puutteellinen tiedonkulku tai tiedon väärä tulkinta. Kuilua voidaan pienentää markkinointitutkimuksella, asiakkaiden ja yrityksen välisellä vuorovai-

kutuksella ja asiakaspalautteella. Laatueroittelyjen kuilu voi syntyä, mikäli yrityksen sisäinen toimintatapa ei ole yhdenmukainen johdon laatuodotusten tai asiakkaiden palveluodotusten kanssa. Kuilun syitä voivat olla esimerkiksi suunnitteluvirheet, tavoiteasettelun puute ja johdon välinpitämätön suhtautuminen sekä yrityksen resurssien puute. Kuilua pienentää mm. asiakkaiden odotusten perusteella tehdyt laatustandardit. Palvelun toimituksen kuilu voi syntyä, kun palvelua ei tehdä palvelustandardien mukaisesti ja kun laatuajattelua ei noudateta palvelujen tuottamisprosesseissa. Kuilun syitä voivat olla esimerkiksi palvelujen kysynnän ja tarjonnan epätasapaino ja asiakkaiden roolin vähäinen ymmärtäminen. Tämän kuilun merkitystä voidaan vähentää esimerkiksi henkilökunnan valinnalla ja selkeällä vastuunjaolla. Markkinointiviestinnän kuilu syntyy, kun annetaan ylisuuria lupauksia eli markkinointiviestinnässä luvataan enemmän kuin kyetään toteuttamaan. Syitä voivat olla esimerkiksi markkinointiviestinnän tai asiakaspalvelutilanteen katteettomat lupaukset. (Kuusela 1998, 125–128.)

4.3.4 Palvelun laadun tutkimus ja kehittäminen

Palvelujen markkinoinnin alalla tehdyissä laatu koskevista tutkimuksissa ja teorian kehityksessä näyttäisi edelleen olevan pohjana koetun palvelun laadun mukainen lähestymistapa. Palvelujen laatu pyritään kuitenkin tutkimaan myös muista lähtökohdista katsoen. (Grönroos 1998, 60–61.) Usein palveluyhteisöt etsivät vikaa palvelun laadusta, kun tulisi tarkkailla muita seikkoja, kuten vanhentunutta palvelupakettia, heikosti tuotettuja liitännäispalveluita tai huonoa ilmapiiriä (Lahtinen & Isoviita 2001, 55). Palvelun laadun mittaaminen täsmällisesti on vaikeampaa kuin tavaroiden, mutta ei mahdotonta. Luovuus ja yksinkertaiset ideat ovat hyödyksi laatu seurataessa, tärkeimmäksi mittapuuksi nousee kuitenkin oikea asiakaspalaute. (Äyväri ym. 1995, 190.)

Laadun arviointitavat voidaan jakaa Äyväri ym. (1995, 190) mukaan kolmeen ryhmään, joita ovat:

1. Suora palaute asiakkailta; asiakkaiden valitukset ovat erittäin tärkeä mittari, ne tulisi kerätä järjestelmällisesti talteen ja niihin tulisi reagoida välittömästi, valitusten tekeminen tulisi tehdä asiakkaille helpoksi.

2. Luotettavat markkinatutkimukset; luotettavuuteen vaikuttavia seikkoja ovat esimerkiksi näytteen riittävä koko, kysymyksen asettelun selkeys, kysymysten johdattelemattomuus ja tietojen keräyksen luotettavuus.
3. Välilliset ja yrityksen sisäiset arviointitavat, kuten; työyhteisön ilmapäiromittaukset, esimiesten johtamistapaa kartoittavat kyselyt ja henkilöstön keskuudessa suoritettut sisäiset yrityskuvatutkimukset.

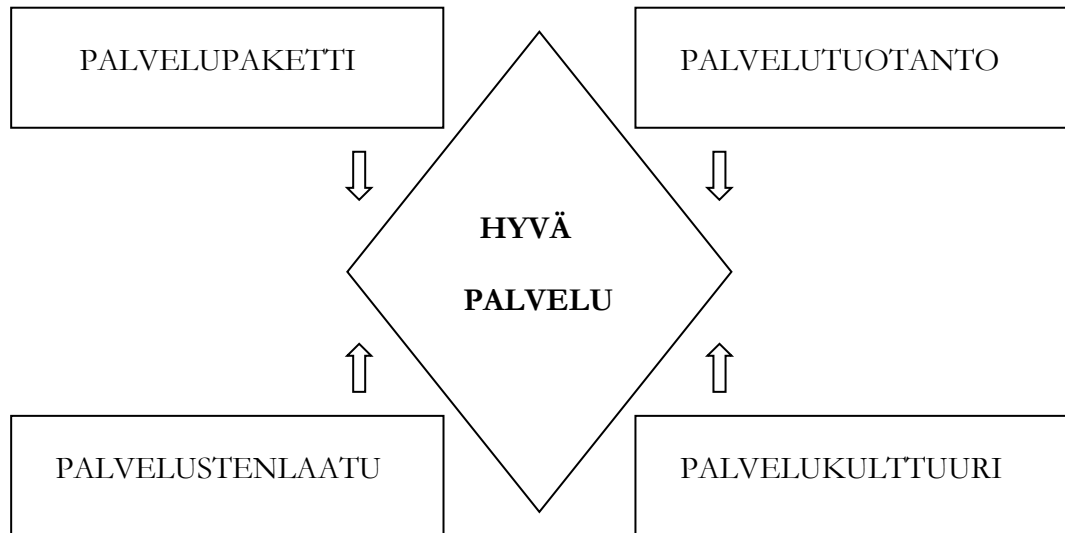
Yrityskulttuurin kehittämisen avuksi on mahdollista ottaa käyttöön yksinkertaisia laatustandardeja asiakkaalle olennaisen tärkeistä seikoista, jotka ovat helposti eriteltävissä. Vaikka standardit vastaavat asiakkaan odotusta, on vaarana kuitenkin palvelun muodostuminen kokenemaiseksi, jolloin aito asiakkaasta välittäminen vähenee. (Äyväri ym. 1995, 200–201.) Narai hotellissa käytetään laatustandardeja, esimerkiksi sisään kirjautumisen tulisi hoitua alle viidessä minuutissa (Somsak 2010). Asiakas saattaa tehdä kaikki päätelmät palvelun laadun tasosta vastaanoton toimintojen perusteella, sillä vastaanottovirkailija voi olla ainut työntekijä, jonka kanssa asiakas on vuorovaikutuksessa. Näin ollen sisään ja uloskirjoittautumisen riipeys ja asiallisuus on erityisen tärkeää (Alén ym. 1997). Yritystoiminnassa kaikki kehityshankkeet eli projektit toteutetaan asiakasta varten. Niillä pyritään luomaan uusia palvelutuotteita sekä uutta lisäarvoa asiakkaille. Parhaimmillaan projekti on toteutettu asiakkaan kanssa, jotta päästäisiin hyvään tulokseen. Tämän vuoksi tulisi asiakkaan tarpeet ja odotukset ymmärtää sekä hyödyt jakaa. Kun asiakas otetaan palvelun laadun kehittämiseen mukaan, kokee hän saavansa erinomaista palvelua. (Rissanen 2006, 217.)

4.3.5 Hyvä palvelun laatu

Hyvä laatu on päämäärä, jota palveluyritys tavoittelee, se on keskeinen toimintafilosofia ja jatkuva oppimisen ja kehittämisen kohde. Näin ollen hyvä palvelun laatu ei ole koskaan valmis, vaan dynaaminen ja jatkuvasti muuttuva. (Lämsä & Uusitalo 2003, 22.)

Hyvää laatua ja palvelua voidaan tarkastella monista näkökulmista, eikä yksiselitteistä määritelmää voida antaa. Hyvä laatu on kaiken toiminnan kattavaa erinomaisuutta ja siihen liittyvät tosiasioiden lisäksi olennaisesti esteettiset ja eettiset näkemykset, asenteet, tunteet, arvot sekä mieltymykset. (Lämsä & Uusitalo 2003, 26.)

Palvelun ulkoiset puitteet jäävät asiakkaalle mieleen, vaikka ne eivät välttämättä olekaan olennaisin osa palvelua (Kuusela 1998, 44). Palvelun huonous tai hyvyys on kuitenkin viime kädessä asiakkaan kokemus, eikä se aina vastaa palvelun tuottajan näkemystä (Rissanen 2006, 17).



Kuvio 5. Hyvän palvelun osatekijät eli palvelujärjestelmä (Lahtinen & Isoviita 1994, 17)

Lahtisen ja Isoviitan (1994, 17) mukaan palvelujärjestelmä koostuu hyvän palvelun osatekijöistä. Kuten kuviosta 5 nähdään, hyvään palveluun kuuluvat neljä osaa ovat; palvelutuotanto, palvelupaketti, palvelustenlaatu ja palvelukulttuuri. Palvelukset on tuotettava niin, että jokainen palvelupaketin osa on laadukas asiakkaan mielestä. Palvelukulttuurin eli palveluilmapiirin on oltava palveluhenkinen sekä asiakassuuntainen. Kokonaisuus ei toimi mikäli jokin palvelun osa pettää.

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

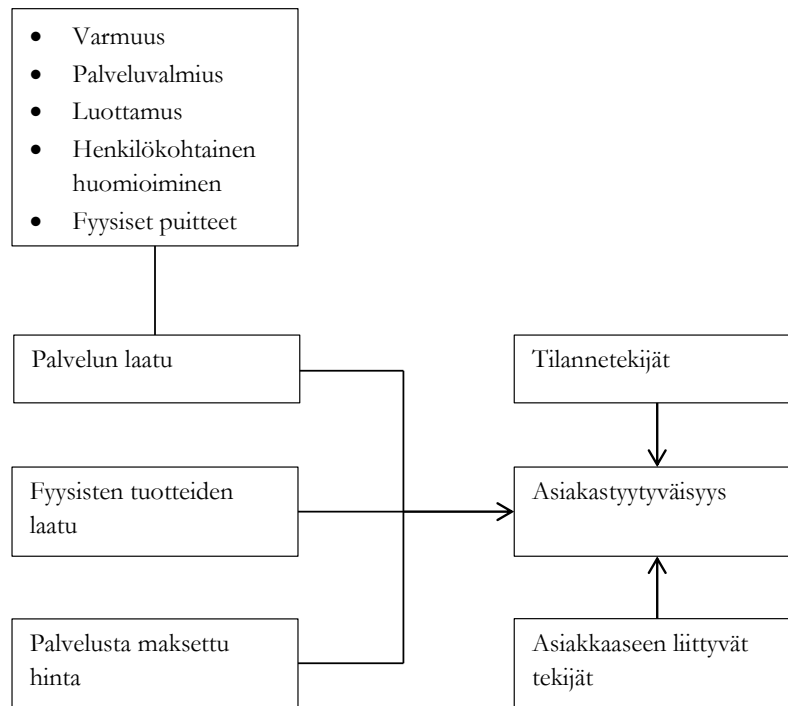
Asiakas-sana tarkoittaa perinteisesti henkilöä, yritystä tai organisaatiota, johon on muodostunut asiakassuhde. Tällöin asiakkuus edellyttää asiakassuhteen muodostumista eli ostamista. Asiakas-käsitteellä on kuitenkin toisenlainen merkitys asiakastytyväisyysjohtamisessa. Asiakkaaksi voidaan kutsua jokaista, joka on ollut yrityksen kanssa kontaktissa. Tähän voidaan luokitella ne, jotka ovat ostaneet tuotteen, ne jotka kuuluvat segmenttiin potentiaalisina asiakaina sekä ne, jotka ovat olleet välillisessä kontaktissa yrityksen palveluiden kanssa. Asiakastytyväisyyttä tarkasteltaessa, asiakas-käsite ei vaadi asiakassuhdetta saatikka välitöntä kontaktia yritykseen. Asiakastytyväisyyden edellyttämä kontaktipinta syntyy henkilön ja yrityksen välille, kun henkilö on kontaktissa jonkun yritykseen liittyvän osan kanssa. (Rope & Pöllänen 1995, 27–28.)

Ropen ja Pölläsen (1995, 28) mukaan tyytyväisyys syntyy siitä, millaiseksi henkilö, joka on tullut yrityksen vaikutuspiiriin, kokee yrityksen kontaktipinnan. Kontaktipintaan sisältyvät kaikki asiakkaan ja yrityksen välillä olevat henkilöstökontaktit, tuotekontaktit, tukijärjestelmäkontaktit ja miljöökontaktit. Nämä kontaktit synnyttävät kokemuksia, jotka koetaan joko etukäteisodotusten mukaisiksi tai odotuksista hyvään tai huonoon suuntaan poikkeaviksi.

Tyytyväisyys-sana viittaa tyytyväisyyden asteeseen tyytyväinen–tyytymätön -ulottuvuudella. Tyytyväisyyden vastapareina ovat henkilön odotukset sekä henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä- ja miljöökontaktissa muodostuvat kokemukset. Henkilön odotukset muodostavat lähtökohdan ja vertailuperustan kokemuksille. Odotukset voidaan jakaa kolmeen ryhmään: ihanneodotuksiin, ennakko-odotuksiin ja minimiodotuksiin. Ihanneodotukset ovat henkilön arvomaailman mukaisia toiveita, joita hän odottaa tuotteelta tai yritykseltä. Ennakko-odotukset ovat sama asia kuin imago eli henkilön mielikuva tuotteesta tai yrityksestä. Minimiodotukset kertovat siitä tasosta, jonka henkilö on asettanut vähimmäistasoksi, jota tämä odottaa tuotteen tai yrityksen toiminnalta. (Rope & Pöllänen 1995, 29–35.)

Arkikielessä termit tyytyväisyys ja laatu sekoitetaan usein toisiinsa. Termien välillä on toki läheinen yhteys. On esitetty erilaisia teorioita siitä, miten tyytyväisyys ja havaittu laatu yhdistyvät toisiinsa. Tämän hetkisen käsityksen mukaan asiakkaan kokema tyytyväisyys on laajempi käsite kuin asiakkaan havaitsema laatu. Tyytyväisyyteen vaikuttavat monet eri tekijät ja havaittu laatu on vain yksi niistä. Palvelun laadun ulottuvuuksista kerrottiin jo edellisessä luvussa. Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat myös asiakkaan ominaisuudet ja tilannetekijät, pal-

velun yhteydessä hankittavan fyysisen tuotteen laatu sekä palvelutuotteen hinta, kuten kuvio 6 ilmenee. (Lämsä & Uusitalo 2003, 62.)

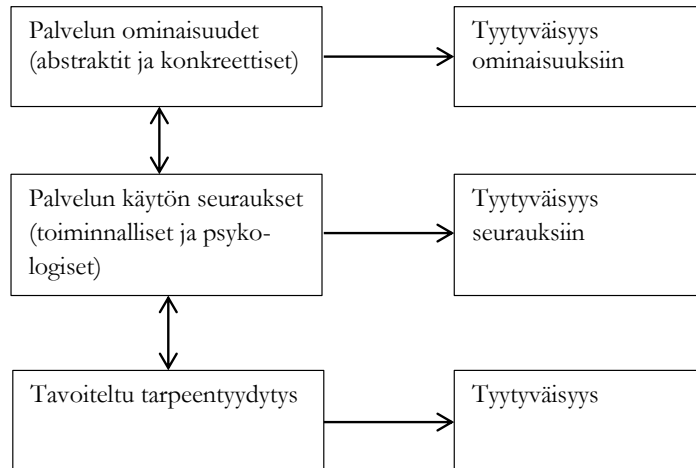


Kuvio 6. Asiakkaan kokeman laadun ja tyytyväisyyden muodostuminen (Zeithaml & Bitner 1996.)

Hotellissa asiakkaan kokeman laadun lisäksi asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat esimerkiksi ravintolan ruoan laatu ja ravintolan hintataso. Myös asiakkaan persoonallisuustekijät, asiakkaan mieliala asiointihetkellä tai aikaisemmat kokemukset voivat vaikuttaa tyytyväisyyteen. Tyytyväisyyteen vaikuttavia tilannetekijöitä voivat olla muun muassa hotellin muut asiakkaat, sää tai kiire. (Lämsä & Uusitalo 2003, 62.)

5.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

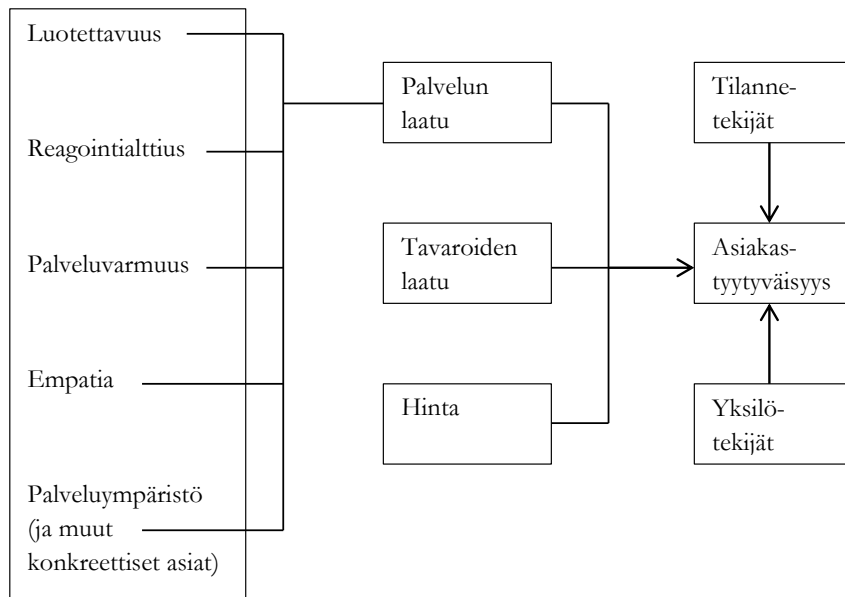
Asiakas käyttää palveluja tarpeidensa tyydyttämiseen. Usein asiakas ei kuitenkaan tiedosta omia käyttömotiivejaan. Tiedostamattomia käyttömotiiveja voivat olla esimerkiksi itsearvostus ja yhteenkuuluminen. Asiakkaan kokema tyytyväisyys liittyy siihen, miten asiakas hyötyy ostamastaan palvelusta. Palvelun ominaisuudet ja palvelun käytön seuraukset tuottavat tyytyväisyyttä (kuvio 7). (Ylikoski 1999, 151.)



Kuvio 7. Palvelun ominaisuudet, käytön seuraukset ja asiakkaan tyytyväisyys (Woodruff & Gardial 1996.)

Tasokkaassa hotellissa hotellihuoneen hyvä varustetaso (konkreettinen ominaisuus) tai korkealaatuinen asiakaspalvelu (abstrakti ominaisuus) tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyttä. Palvelun käytön toiminnalliset seuraukset tarkoittavat käytännön seurauksia. Esimerkiksi hotellin keskeinen sijainti tuottaa nähtävyyksistä kiinnostuneelle matkailijalle tyytyväisyyttä. Toiminnallinen seuraus keskeisestä sijainnista on se, että kaupungin nähtävyydet ja palvelut löytyvät läheltä. Tasokkaassa hotellissa majoittumiseen liittyy myös psykologisia seurauksia, kuten statuksentavoittelua. Pohjimmiltaan tasokkaan hotellin käytössä on kyse siitä, että halutaan tyydyttää itsensä arvostamisen tarve. (Ylikoski 1999, 152.)

Kun halutaan vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen, on etsittävä palvelun konkreettisia ja abstrakteja ominaisuuksia, jotka tuottavat tyytyväisyyden kokemuksia asiakkaalle. Asiakastyytyväisyyden kannalta palveluorganisaation tulisi pyrkiä vaikuttamaan palvelun laatutekijöihin (kuvio 8). (Ylikoski 1999, 152.)



Kuvio 8. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Zeithaml & Bitner 1996.)

Palveluun liittyvien tavaroiden laatu, kuten ravintolan ruoka, vaikuttavat myös tyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyyttä voi saada aikaan myös edullisen hinnan avulla. Tilannetekijät, kuten asiakkaan kiire, jäävät kuitenkin yrityksen vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolelle. Myös asiakkaan yksilölliset ominaisuudet vaikuttavat tyytyväisyyden muodostumiseen, sillä jokainen asiakas on yksilö. Eri maiden kulttuuritkin eroavat toisistaan ja vaikuttavat siihen, mitä asioita palvelussa pidetään tarpeellisenä ja suotavana. Esimerkiksi hotellissa majoittumiseen liittyy länsimaaisessa kulttuurissa selvemmin mielihyvän tavoittelu kuin aasialaisessa kulttuurissa. (Ylikoski 1999, 153.)

Tyytyväisyys ja tyytymättömyys tekijät

Tyytyväisyyteen ja tyytymättömyyteen vaikuttavat eri tekijät näiden olematta kuitenkaan toisensa vastakohtia. Tyytyväisyyttä aiheuttava tekijä on sellainen, joka tulee asiakkaalle yllätyksellisenä ja odottamatta. Näin ollen ei voida ajatella, että jokin asiakkaan ennakkoon odottama asia on tyytyväisyyden tuottaja. Voidaan puhua odotus- tai edellytystekijästä, jonka uskotaan toteutuvan automaattisesti. Asiakas edellyttää näiden tekijöiden toimivan ollakseen tyytyväinen tuotteeseen. Jos edellytystekijät eivät toteudu, on tuloksena tyytymättömyys eli tyytymättömyystekijä. (Rope & Pöllänen 1995, 165.)

Asiakastyytyväisyys muodostuu siitä, miten hyvin asiakkaan odotukset täyttyvät, sekä siitä, millainen suhde tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijöillä on keskenään. Usein tyytymättömyystekijät lyövät tyytyväisyystekijät. Menestyäkseen yrityksen tulisi saada tyytymättömyyste-

kijät minimiin ja tuottaa vain pienet tyytyväisyystekijät. Ihanteelliseksi tilanteeksi ei voi kutsua tilannetta, jossa yrityksen toimintaa haittaavat merkittävän suuret tyytymättömyystekijät ja toisaalta auttavat useat tyytyväisyystekijät. (Rope & Pöllänen 1995, 167.)

Bergströmin ja Leppäsen (2009, 485) mukaan tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijät voidaan jakaa esimerkiksi seuraavalla tavalla:

1. Tyytyväisyys henkilökontakteihin, esimerkiksi
 - asiakaspalvelijan/myyjän saavutettavuus
 - asiakaspalvelijan/myyjän asiantuntemus ja palvelutapa
2. Tyytyväisyys tuotteeseen, esimerkiksi
 - tuotteen toiminta ja käyttöominaisuudet
 - tuotteen kestävyys
3. Tyytyväisyys tukijärjestelmiin, esimerkiksi
 - Internet-sivujen toiminta
 - laskutuksen toiminta
 - takuun kattavuus, huollon toiminta
4. Tyytyväisyys palveluympäristöön, esimerkiksi
 - selkeys, siisteys, saavutettavuus
 - turvallisuus
 - ruuhkat, jonotus.

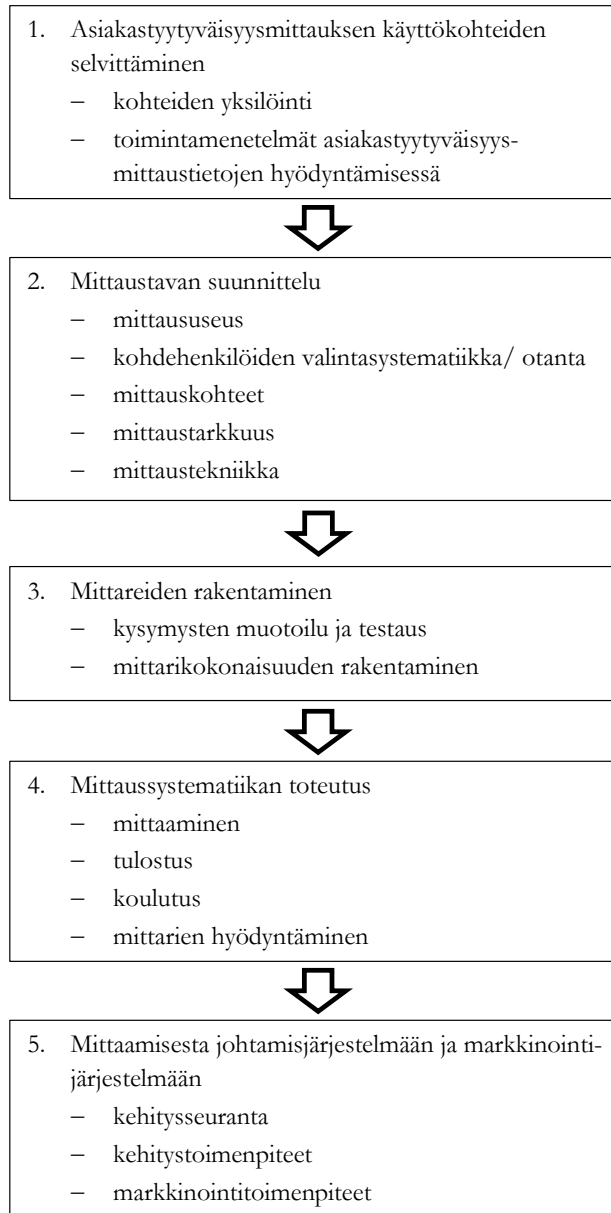
Odotus/tyytyväisyys -ristiriita voi haitata asiakastyytyväisyyden luomista. Ristiriidassa on kyse siitä, että yrityksen tulisi luoda itsestään mahdollisimman hyvä kuva eli suuret ennakkoodotukset. Hyvän mielikuvan aikaansaamana yrityksen houkuttelevuus kasvaa. Toisaalta, jos yrityksellä on hyvä mielikuva, on hankalampi varmistaa asiakkaiden tyytyväisyys, saatikka ylittää heidän odotuksensa. Odotukset on helpompi ylittää, jos mielikuva yrityksestä on vaatimaton. Toisaalta vaatimaton mielikuva yrityksestä ei ole markkinoinnilliselta kannalta edullista, eikä se saa asiakasta ostamaan yrityksen tuotteita. (Rope & Pöllänen 1995, 169.)

5.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja kehittäminen

Asiakastyytyväisyys on aina sidottu suuresti nykyhetkeen. Asiakastyytyväisyyden mittaaminen edellyttää siis jatkuvan palautteen saamista asiakkaalta. Usein sekoitetaan keskenään asiakastyytyväisyystutkimus ja yrityskuvatutkimus. Yrityskuvatutkimus eroaa asiakastyytyväisyystutkimuksesta siinä, että jälkimmäinen mittaa asiakkaan omaa kokemusta yrityksestä ei niinkään asiakkaan saamaa mielikuvaa yrityksestä, joka voi syntyä mm. tuttavien kertoman perusteella. (Rope & Pöllänen 1995, 59.)

Mittaustekniikat jaetaan kahteen ryhmään, joita ovat kvantitatiiviset ja kvalitatiiviset menetelmät. Kvantitatiivisiin tutkimuksiin luetaan erilaiset palautelomakkeet, kirje- ja puhelin-kyselyt sekä henkilökohtaiset haastattelut, joissa asiakas antaa numeerisen arvion. Kvalitatiivisiin tutkimuksiin taas jaetaan asiakaspaneelit, jotka toteutetaan ryhmäkeskusteluna sekä haastattelut. (Lecklin 2006, 107.)

Rope & Pöllänen (1995, 59–60) mukaan asiakastyytyväisyyden mittaamisen suunnittelun ja toimeenpanon vaiheet noudattavat seuraavanlaista kaavaa (kuvio 9.):



Kuvio 9. Asiakastyytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet (Rope & Pöllänen 1995, 60.)

Asiakastyytyväisyyden mittausvälineistön suunnittelun ja toimeenpanon vaiheet noudattavat aina kuvion 9 esittämää kaavaa. Mittausvälineistön perustana ovat kaikki ne käyttökohteet, joihin tietoa asiakastyytyväisyydestä aiotaan käyttää. Käyttökohteet sanelevat vaatimukset siitä, millaista tietoa, kuinka usealta, millä otannalla ja miten tarkkaan selvitettyinä tiedot asiakailta tulisi kerätä. (Rope & Pöllänen 1995, 59.)

Asiakastyytyväisyyden jatkuvan seurannan avulla yrityksen on mahdollista reagoida nopeasti ja kehittää tuotteitaan ja palvelutapojaan menettämättä asiakkaita. Asiakastyytyväisyyttä voidaan seurata ensinnäkin spontaanin palautteen avulla useiden palautekanavien kautta, kuten

sähköpostin tai henkilökunnan välityksellä. Seuranta voi tapahtua myös erilaisten tyytyväisyystutkimusten avulla sekä sen perusteella, miten paljon yritystä suositellaan. Yrityksen on tärkeää valita juuri sille sopivat luotettavat ja toimivat mittarit, joilla seurata asiakkaiden tyytyväisyyttä. Tutkimus tulisi toteuttaa riittävän usein samoilla mittareilla, jotta saatuja tuloksia ja yrityksen kehitystä voidaan vertailla pitkällä aikavälillä. (Bergström & Leppänen 2009, 482, 486.)

5.3 Asiakastyytyväisyystutkimus

Asiakastyytyväisyystutkimus on markkinointitutkimus, joka kohdistuu yrityksen asiakaskontaktipinnan toimivuuteen. Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa asiakkaan kokemaa tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan. Asiakastyytyväisyyden selvittämiseksi tulisi tutkimukseen sisällyttää kaikki eri tyytyväisyyteen liittyvät osatekijät. Asiakastyytyväisyystutkimusta varten tulisi varta vasten rakentaa tutkimusjärjestelmä. Tämä sen takia, että asiakastyytyväisyystutkimus on täysin oma tutkimuslajinsa eikä siis koskaan jonkin toisen tutkimuksen liitännäinen. (Rope & Pöllänen 1995, 83, 85.)

Yhdistämällä asiakastyytyväisyystutkimukset suoran palautteen kanssa saadaan monipuolisempi kokonaiskuva asiakkaiden tyytyväisyydestä, sillä yhdessä nämä kaksi tukevat toinen toistaan. Asiakastyytyväisyyden mittaamisella saadaan tietoa myös palvelun laadusta, sillä laatu on eräs asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. (Ylikoski 1999, 156.)

Ylikosken (1999, 156) mukaan asiakastyytyväisyystutkimuksilla on neljä päätavoitetta:

1. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen.
2. Tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen.
3. Toimenpide-ehdotusten tuottaminen.
4. Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta.

Tiedonkeruumenetelmän tulisi olla helposti toteutettavissa, tyytyväisyystekijöitä selvittävä eli sisältää kattavasti kysymyksiä, taloudellisesti toteutettavissa, tietojenkäsittelyyn sovellettava ja asiakkaalle helposti vastattavissa. Kaikkein toimivimmat tiedonkeruumenetelmät silloin, kun asiakkaan henkilöllisyys on tiedossa, ovat henkilökohtainen haastattelu, puhelinhaastattelu ja kirjekysely. Yleensä asiakastyytyväisyystutkimuksen tiedonkeruu yhdistetään kuitenkin luon-

taiseen asiakaskontaktiin. Tällöin tiedonkeruu tapahtuu esimerkiksi tavarantoimituksen tai laskutuksen yhteydessä tai suoraan asiakaspalvelutilanteessa. (Rope & Pöllänen 1995, 85–86.)

5.4 Asiakasuskollisuus

Lämsän ja Uusitalon (2003, 69) mukaan uskollisuutta voidaan tarkastella ainakin kahdesta eri näkökulmasta:

1. Uskollisuus on käyttäytymistä.
2. Uskollisuus on tunneperäistä sitoutumista.

Tarkasteltaessa uskollisuutta käyttäytymisen näkökulmasta voidaan todeta, että jonkin palvelun toistuva ostaminen ja käyttäminen ovat uskollisuutta yritystä kohtaan. Kun taas tarkastellaan asiakkaan tunneperäistä sitoutumista palveluun, voidaan todeta, että uskollisuudesta puhuu se, että palvelu on asiakkaalle mieluista, toisin sanoen asiakas pitää palvelusta. Käyttäytymiseen liittyvän uskollisuuden ongelmaksi muodostuu ns. pinnallinen uskollisuus, kun tundeside palveluun puuttuu. Tunneperäisen uskollisuuden ongelmana taas on se, että tundesiteen palveluun omaava henkilö ei välttämättä osta kyseistä palvelua. (Lämsä & Uusitalo 2003, 69–70.)

Lämsän ja Uusitalon (2003, 70) mukaan palvelujen markkinoinnin yhteydessä asiakasuskollisuus on määriteltävissä seuraavasti:

Asiakasuskollisuus tarkoittaa asiakkaan halukkuutta asioida jatkuvasti samassa yrityksessä. Asiakas ostaa ja käyttää yrityksen tarjoamia tavaroita ja palveluja toistuvasti ja säännöllisesti.

Bergströmin & Leppäsen (2007, 270) mukaan asiakassuhdemarkkinoinnin päätavoite on saada kannattavat asiakkaat uskollisiksi. Asiakastyytyväisyys ei automaattisesti takaa ostouskollisuutta. Asiakas voi olla tyytyväinen yrityksen tuotteisiin, mutta vaihtelun vuoksi käyttää toisen yrityksen tuotteita. Tyytymätön asiakas taas ei aina voi vaihtaa yritystä, sillä useille julkisille palveluille ei välttämättä ole vaihtoehtoa tai yksityisten palvelujen käyttö voi olla asiakkaalle liian kallista. Tällaisissa tapauksissa voidaan puhua niin sanotuista pakkosuhteista. Jos vaihtoehtoja on runsaasti tarjolla, tyytymätön asiakas vaihtaa tuotetta herkemmin.

Asiakasuskollisuutta pyritään monesti lisäämään erilaisilla kanta-asiakas ohjelmilla. Ihanteellisinta on, jos asiakkaalla on samanlainen arvomaailma yrityksen kanssa ja henkilösuhteet yrityksen asiakaspalvelijoihin. Asiakasuskollisuutta voidaan mitata asiakkaan ostokäyttäytymistä tutkimalla. Voidaan tutkia esimerkiksi asiakasosuutta, keskiostosta, ostotiheyttä tai viimeisintä ostoajankohtaa. Voidaan myös selvittää, mitä yrityksen eri tuotteita asiakas käyttää. Yleensä on niin, että mitä enemmän ja monipuolisemmin asiakas käyttää yrityksen tuotteita, sitä uskollisempi asiakas on yritystä kohtaan. (Bergström & Leppänen 2007, 270.)

On olemassa monenlaista ostouskollisuutta. Yrityksen olisi hyvä tunnistaa omasta asiakaskunnastaan erilaiset uskollisuuden asteet, jotta olisi helpompaa miettiä uusia keinoja asiakasuskollisuuden lisäämiseksi. *Hard loyalty* -asiakkaat suosivat koko ajan yhtä ja samaa yritystä tai tuotemerkkiä. *Soft loyalty* -asiakkaat ovat uskollisia vain jonkin ajan yhdelle yritykselle kerrallaan. *Shifting loyalty* -asiakkaat vaihtavat ostopaikkaa tai merkkiä ja käyttävät samanaikaisesti useampia tuotteita ja yrityksiä. *Switchers* -asiakkaat eivät ole uskollisia oikein millekään yritykselle tai tuotteelle ja ovat hyvin vaihtelunhaluisia ostajia. (Bergström & Leppänen 2009, 488.)

”Storbackan mukaan asiakkaita sitovat toisaalta asiakassuhteen rakenteeseen liittyvät tekijät ja toisaalta asiakkaan kokemuksiin liittyvät sidokset.” Rakenteellisiin sidoksiin kuuluvat juridiset, taloudelliset, tekniset, maantieteelliset ja ajalliset sidokset. Koettuihin sidoksiin kuuluvat kulttuuriin liittyvät sidokset, tietosidokset, ideologiasidokset ja psykologiset sidokset. (Bergström & Leppänen 2009, 488–489.)

Miltei kaikki asiakkuudet rakentuvat useista erilaisista asiakaskohtaamisista, kuten myyntineuvottelusta ja laskutuksesta. Usein ajatellaan, että jokainen asiakaskohtaaminen vaikuttaa suuresti asiakassuhteen jatkumiseen. Erilaisten asiakaskohtaamisten painoarvo asiakkuudelle vaihtelee kuitenkin suuresti. Voidaan puhua merkityksettömistä asiakaskohtaamisista, joiden epäonnistumisella ei ole juurikaan merkitystä asiakkaan uskollisuudelle. Esimerkiksi, jos asiakkaan rahan nostaminen pankkiautomaatilta epäonnistuu, ei asiakas todennäköisesti vaihda heti pankkia, ellei tapahtuma ole toistuvaa. Jos taas esimerkiksi pankki epäonnistuu asiakkaan laina-asiaa, on pankin vaihtaminen toiseen todennäköisempää, sillä tämänkaltaisen asiakaskohtaaminen on asiakkaalle merkityksellisempää. Yrityksen olisi siis selvitettävä, mitkä asiakaskohtaukset ovat ratkaisevimpia asiakassuhteen kannalta. (Storbacka ym. 1999, 64.)

Kannattavuutta ja asiakasuskollisuutta on tutkittu paljon Yhdysvalloissa. On todettu, että ensimmäisinä vuosina asiakkaat ovat usein kannattamattomia, sillä myyntiponnistelut ja asiakkaan hankinta tuovat paljon kustannuksia. Lisäksi asiakkaan tuoma liikevaihto on aluksi

vähäistä. Liikesuhteen jatkuessa toimintatavat asiakkaan ja yrityksen välillä muokkautuvat yhteensopiviksi. Markkinointiin ja myyntityöhön ei uhraudu enää niin paljon aikaa ja kustannuksia, kun toisen osapuolen tavat ja systeemit ovat tiedossa. Asiakaskannattavuus nousee viiden ensimmäisen vuoden aikana, jonka jälkeen ihannetaso on saavutettu. (Lecklin 2006, 115.)

Uskollisen asiakkaan menettäminen tulee siis yritykselle kalliiksi. Menetettyt asiakkaat on korvattava uusilla asiakkaila, jotka aluksi ovat yritykselle tappiollisia. Eräät toimialat arvioivat, että jos uskollisia asiakkaita menetettäisiin 5 % vähemmän vuosittain, tulisi yrityksen voitto lisääntymään 50 %. (Lecklin 2006, 115.)

6 TUTKIMUSONGELMA JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Kyselylomakkeita jaettiin 500 kappaletta 5.4.–2.6.2010 välisenä aikana. Lomakkeita jaettiin asiakkaille hotellin vastaanotossa, kun asiakas kirjautui sisään, tälle luovuttiin huoneen avain ja kerrottiin hotellin tarjoamista palveluista. Lisäksi siivoojat veivät lomakkeita suoraan hotellihuoneisiin, kun he tekivät päiväsiivouksen. Vastauslomakkeita saatiin takaisin 89 kappaletta, joten kyselyn vastausprosentti oli 17,8 %. Bangkokissa vallitsivat juuri tuona aikana mielenosoitukset, jonka johdosta hotellin asiakasmäärät putosivat radikaalisti. Asiakasmääriin vaikutti tuolloin myös Islannin tuhkapilvi, jonka johdosta monet joutuivat perumaan lomamatkansa Thaimaahan. Lisäksi vastaanoton työntekijät eivät olleet kovin halukkaita jakamaan lomakkeita, joten tämäkin seikka voi vaikuttaa vastauslomakkeiden vähyyteen.

6.1 Tutkimusongelma

Useasti on vaikeampaa muotoilla ja asettaa tutkimusongelma kuin ratkaista se. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ongelma saattaa muuttua tutkimuksen edetessä ja usein puhutaankin tutkimustehtävästä ongelman sijaan. Kvantitatiivinen tutkimus taas jakautuu selkeämmin erottuviin vaiheisiin ja tutkimusongelmat ovat selkeämmin näkyvissä. (Hirsjärvi ym. 2004, 116–117.)

Perinteisen kaavan mukaisesti etenevä tutkimus pyrkii esittämään ongelman mahdollisimman selkeästi ja tarkkarajaisesti. Tutkimukseen tulisi löytää *johtoajatus*. Tutkimuksen *pääongelma* voidaan nimittää tämän johtoajatuksen mukaisesti. Kun pääongelmaa täsmennetään ja analysoidaan, saadaan tutkimuksen *osaongelmat*, joita voidaan kutsua myös *alaongelmiksi*. Pää- ja osaongelmiin ei ole tarpeellista tehdä eroa, jos tutkimuksessa on vain yksi ongelma tai joukko samankaltaisia ongelmia. Mekaanista kaavaa ei ole siis aina välttämätöntä noudattaa. (Hirsjärvi ym. 2004, 117.)

Pääongelma on usein koko tutkittavan kokonaisuuden hahmottava yleisluontoinen kysymys. Kun alaongelmiin saadaan vastaukset, on mahdollista vastata myös pääongelmaan. Esitettäessä tutkimusongelmia selvitetään, miksi päädyttiin juuri näihin ongelmiin ja, miksi ongelmat täsmennettiin ja rajattiin juuri esitetyllä tavalla. Yleensä tutkimusongelmat ilmaistaan kysymysluonteisesti. Kun tutkimus on kuvaileva, kysytään *miten* tai *minkälainen* jokin asia on. Kun

kyseessä on selittävä tutkimus, kysytään *miksi* jokin asia on tietyllä tavalla tai *mitä* seuraa tietystä asiantiloista. (Hirsjärvi ym. 2004, 119–120.)

Tutkimusongelmana tässä opinnäytetyössä oli asiakastyytyväisyys Narai hotellissa. Tarkoituksena oli selvittää, ovatko asiakkaat tyytyväisiä Narai hotelliin ja sen tarjoamiin palveluihin. Tutkimuksen avulla haluttiin kartoittaa, mitkä tekijät hotellissa aiheuttavat tyytymättömyyttä ja mihin asioihin ollaan tyytyväisiä, jotta hotellin toimintaa voitaisiin kehittää jatkossa asiakastyytyväisyyden kannalta parempaan suuntaan. Tutkimuksen tuloksista tehtiin kehitysehdotuksia, jotta hotelli voisi jatkossa palvella paremmin asiakkaitaan. Hotellissa on yritetty selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä jo aiemmin, mutta työntekijät eivät ole olleet kovin halukkaita jakamaan kyselylomakkeita asiakkaille, joten asiakastyytyväisyyden selvittäminen on jäänyt vajavaiseksi. Tiedossa ei ole onko vastaavanlaista tutkimusta koskaan viety loppuun asti hotellissa, joten tutkimus on erittäinkin tarpeellinen.

6.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus on kvantitatiivinen tutkimus ja se toteutettiin lomakekyselynä. Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla kartoitetaan lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Tutkimuksen edellytyksenä on riittävän suuri ja edustava otos. Aineiston keräämisessä käytetään useimmiten standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Saatuja tuloksia voidaan havainnollistaa erilaisin kuvioin ja taulukoin. Monesti kartoitetaan myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa asiassa tapahtuneita muutoksia. Aineistosta kerättyjä tuloksia pyritään yleistämään tutkittuja havaintoyksiköjä laajempaan joukkioon. Kvantitatiivisen tutkimuksen ongelmana on, että sen avulla saadaan yleensä selvitettyä olemassa oleva tilanne, mutta asioiden syitä ei pystytä selvittämään riittävästi. (Heikkilä 2008, 16.)

Hirsjärven ym. (2004, 131) mukaan keskeistä kvantitatiivisessa tutkimuksessa on käyttää hyväksi aiemmista tutkimuksista tehdyt johtopäätökset ja teoriat, esittää hypoteeseja sekä määritellä käsitteet. Aineiston keräämiseen tai koejärjestelyihin on tehtävä suunnitelmat, joissa havaintoaineiston tulisi soveltua määrälliseen eli numeeriseen mittaamiseen. Lisäksi on valittava tutkittavat henkilöt tai koehenkilöt, joista tehdään koehenkilömäärittelyt ja otantasuunnitelmat. Kerätty aineisto on lopuksi saatettava tilastollisesti käsiteltävään muotoon ja aineis-

ton muuttujat muodostettava taulukkomuotoon. Lopuksi tehdään päätelmät, jotka perustuvat havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin. (Hirsjärvi ym. 2004, 131.)

Kyselylomake on olennainen osatekijä kysely- ja haastattelututkimuksissa (Heikkilä 2008, 47). Kysely on survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä. Survey -termi tarkoittaa kyselyn, haastattelun ja havainnoinnin muotoja, joissa kohdehenkilöt muodostavat otoksen tai näytteen tietyistä perusjoukosta ja aineisto kerätään standardoidusti eli täsmälleen samalla tavalla kaikilta vastaajilta (Hirsjärvi ym. 2004, 182).

Lomakkeen laatiminen edellyttää sitä, että tutustutaan kirjallisuuteen, pohditaan ja täsmennetään tutkimusongelma, määritellään käsitteet ja valitaan tutkimusasetelma. On otettava jo suunnitteluvaiheessa huomioon myös se, miten kerätty aineisto lopulta käsitellään. Jo aluksi on mietittävä, mitä ohjelmaa käytetään tietojen käsittelyssä, miten tiedot syötetään ja millä tavoin tulokset raportoidaan. Suunniteltaessa lomakkeen kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja, on mietittävä kuinka tarkkoja vastauksia halutaan ja kuinka tarkkoja tietoja on mahdollista saada. (Heikkilä 2008, 47.)

Ennen kyselylomakkeen laatimista, on tutkimuksen tavoitteen oltava täysin selvillä. On tiedettävä, mihin kysymyksiin etsitään vastauksia. Tulee selvittää ne taustatekijät eli selittävät muuttujat, joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin eli selitettäviin muuttujiin. Lisäksi on varmistettava, että tutkimuslomakkeen kysymysten avulla saadaan tutkittava asia todella selvitettyä. (Heikkilä 2008, 47.)

Heikkilän (2008, 48–49) mukaan hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä ovat selkeys, siisteys ja houkuttelevuus. Tekstin ja kysymysten asettelun tulisi olla järkevä ja vastausohjeiden yksiselitteiset ja selkeät. Tulisi kysyä vain yhtä asiaa kerrallaan ja kysymysten tulisi edetä loogisesti ja olla loogisesti numeroituja. Jos lomakkeessa on paljon samaa aihetta käsitteleviä kysymyksiä, voivat ne olla kokonaisuuksiksi ryhmiteltyinä. Lomakkeen alussa tulisi olla helppoja kysymyksiä. Vastausten luotettavuus olisi hyvä varmistaa kontrollikysymyksillä. Lomakkeen ei kuitenkaan tulisi olla liian pitkä ja sen tulisi saada vastaajan tuntemaan itsensä tärkeäksi. Hyvä tutkimuslomake on lisäksi esitestattu, jotta mahdolliset virheet on voitu huomata. Lisäksi lomakkeen tietojen tulisi olla helposti syötettävissä ja käsiteltävissä tilasto-ohjelmalla.

Tutkimuslomakkeessa voi olla erilaisia kysymystyyppejä. *Avoimia kysymyksiä* käytetään yleensä kvalitatiivisissa tutkimuksissa. Kysely- ja haastattelututkimuksissa on myös monesti mukana avoimia kysymyksiä, mutta niissä vastaajan ajatusten suuntaa yleensä rajataan jollakin tavalla.

Kun vaihtoehtoja ei tunneta tarkkaan, ovat avoimet kysymykset tarkoituksenmukaisia. Avointen kysymysten avulla saadaan monesti uusia näkökulmia asioihin ja varteenotettavia parannusehdotuksia. *Suljetuissa kysymyksissä* annetaan valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan sopivin tai sopivimmat. Kun selvästi rajatut vastausvaihtoehdot tiedetään jo etukäteen ja niitä on rajoitetusti, ovat suljetut kysymykset tarkoituksenmukaisia. Niiden avulla vastausten käsitteleminen on helppoa ja tietyt virheet voidaan torjua. Kysymystä kutsutaan dikotomiseksi, jos vastausvaihtoehtoja on vain kaksi. *Monivalintakysymyksestä* puhutaan taas silloin, kun vastausvaihtoehtoja on useita. Sekamuotoiset kysymykset koostuvat valmiista vastausvaihtoehdoista ja osa vaihtoehdoista, yleensä yksi, on avoimia. Tällaiset kysymykset ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kun kysymyksiä laadittaessa on epävarmaa keksitäänkö kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2008, 49–52.)

Mielipidetiedusteluissa käytetään usein suljettujen kysymysten muodossa olevia väittämiä, joihin vastataan asteikkotyyppisin vastausvaihtoehdoin. Asteikkotyyppisten kysymysten avulla saadaan paljon tietoa vähään tilaan. Huonona puolena tämän tyyllisissä kysymyksissä voidaan pitää sitä, että vastauksista ei voi päätellä, mikä painoarvo kohteilla on eri vastaajille. *Likertin asteikko* on yleensä 4- tai 5-portainen järjestysasteikon olinen asteikko. Asteikossa toisena ääripäänä on usein (täysin) samaa mieltä ja toisena ääripäänä (täysin) eri mieltä. Asteikolta valitaan parhaiten omaa käsitystä kuvaava vaihtoehto. *Osgoodin asteikossa* esitetään väittämiä, joissa vastausvaihtoehdot ovat 5- tai 7-portaisena asteikkona. Ääripäinä asteikossa ovat vastakkaiset adjektiivit. Usein negatiivisia ääripäitä merkitään miinusmerkkisillä arvoilla ja positiivisia plusmerkkisillä, mutta asteikko voidaan numeroida myös pelkästään positiivisilla arvoilla 1-5 tai 1-7. Asteikko voi olla myös graafinen, johon vastaaja voi merkitä oman valintansa sopivaan kohtaan janalla. (Heikkilä 2008, 52–54.)

Kyselylomake on englanninkielinen, sillä hotellissa vierailee asiakkaita lukuisista eri maista ja englanti on ainut yhteinen kieli. Lomakkeessa on kaikkiaan 20 kohtaa tai kysymystä, jotka kartoittavat asiakkaan matkustusmotiiveja ja tyytyväisyyttä hotellin eri palveluja kohtaan. Lomakkeessa on monivalintakysymysten lisäksi avoimia kysymyksiä, joilla saadaan mm. kehitysehdotuksia asiakkailta. Avointen kysymysten avulla saadaan spontaaneja ja rehellisiä vastauksia. Monivalintakysymysten kohdalla vastaus voi olla vaihtoehtojen puutteen vuoksi vain lähellä todellisuutta. Lisäksi lomakkeessa on pari sekamuotoista kysymystä, sillä haluttiin varmistaa, ettei jonkin vaihtoehdon puute vääristä asiakkaan vastausta.

Lomakkeen monivalintakysymyksissä käytetään 5 ja 6 portaista asteikkoa. Osassa kysymyksissä arvo 1 kuvaa tyytymättömyyttä palveluun ja arvo 5 tarkoittaa, että palvelu on koettu

erinomaiseksi. Osassa kysymyksissä on vielä arvo 0, joka tarkoittaa, että palvelusta ei ole kokemusta. Yhdessä kysymyksessä pyydetään arvioimaan hotellia kokonaisuutena, jolloin arvo 1 kuvaa adjektiivia kauhea ja arvo 5 adjektiivia erinomainen. Kahdessa kysymyksessä tiedustellaan aikooko asiakas vierailla hotellissa uudestaan ja aikooko tämä suositella hotellia tuttavilleen, jolloin arvo 1 tarkoittaa, että ei aio ja arvo 5 tarkoittaa, että ehdottomasti aikoo.

Tutkimuksen tulosten tulkinnassa käytetään ristiintaulukointia. Ristiintaulukoinnin avulla voidaan selvittää kahden luokitellun muuttujan välistä yhteyttä eli sitä, millä tavalla muuttujat vaikuttavat toisiinsa. Muuttujat esitetään taulukossa niin, että toinen niistä asettuu sarakkeille ja toinen riveille. Solufrekvenssit, jotka ovat ristiintaulukon eli kontingenssitaulun ruuduissa, kertovat montako mainituin ominaisuuksin varustettua yksilöä aineistossa on. Rivisummat esitetään taulukon oikeassa reunassa ja sarakesummat alhaalla. Ristiintaulukointia voidaan käyttää myös nominaaliasteikon tasoisille muuttujille. (Heikkilä 2008, 210.)

Tulosten tulkinnassa käytetään myös riippumattomuustestejä, joilla selvitetään kahden muuttujan keskinäistä riippuvuutta. Haluttaessa tutkia kahden muuttujan välistä riippuvuutta käytetään χ^2 -riippumattomuustestiä. Tällöin ainakin toisen muuttujan on oltava nominaaliasteikon muuttuja. Ristiintaulukosta lasketaan χ^2 -testisuureen arvo, johon perustuu riippumattomuuden arvio. Testin käyttö edellyttää, että otos on poimittu riippumattomasti ja satunnaisesti, korkeintaan 20 % odotetuista frekvensseistä voi olla pienempiä kuin 5 ja kaikkien odotettujen frekvenssien on oltava suurempia kuin 1. (Karjalainen 2004, 198.) Testin tuloksena saatava merkitsevyystaso eli Sig. -arvo kertoo, kuinka suuri riski on, että riippuvuus johtuu sattumasta. Sig. -arvon ollessa yhtä suuri tai pienempi kuin 0,05 (eli 5 % sattumariski) voidaan sanoa muuttujien välillä olevan riippuvuutta. Voidaan puhua myös p-arvosta eli tilastollisesta merkitsevyydestä, kun kuvataan ryhmien välisten erojen suuruutta. ”Mitä pienempi p-arvo on, sitä pienempi on sattuman vaikutus erojen selittäjänä ja sitä selvempi on ryhmien välinen ero.” (Heikkilä 2008, 212, 216.)

Heikkilän (2008, 257) mukaan tilastollista merkitsevyyttä ilmaistaan seuraavasti:

- tilastollisesti erittäin merkitsevä, jos $p \leq 0,001$
- tilastollisesti merkitsevä, jos $0,001 < p \leq 0,01$
- tilastollisesti melkein merkitsevä, jos $0,01 < p \leq 0,05$.

Toinen tutkimuksessa käytettävä riippumattomuustesti on Monte Carlo -menetelmä. Tätä käytetään silloin, kun χ^2 -testin edellytykset eivät ole voimassa. Monte Carlo -menetelmä ei ole kuitenkaan yhtä luotettava kuin χ^2 -testi vaan pikemminkin suuntaa antava. Molempien tulokset tulkitaan samalla tavalla. (Mehta & Patel 1996, 3.)

6.3 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten tarkkuutta eli luotettavuutta. Luotettavan tutkimuksen edellytys on, että se voidaan toistaa useasti samoin tuloksin. Tieteellisiä tuloksia ei tule yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolelle, sillä tulokset eivät automaattisesti päde esimerkiksi toisessa yhteiskunnassa. Tutkimuksesta saatujen tulosten ei tulisi olla sattumanvaraisia. Jos otoskoko on hyvin pieni, ovat tulokset auttamatta sattumanvaraisia. Kyselytutkimuksissa on jo otantaa suunniteltaessa otettava huomioon monesti suureksi nouseva kato eli kyselylomakkeen palauttamatta jättäneiden määrä. Lisäksi on varmistettava, että kohderyhmä edustaa koko tutkittavaa perusjoukkoa, jotta tuloksia voidaan pitää luotettavina. (Heikkilä 2008, 30–31.)

Tulosta voidaan pitää reliabelina silloin, kun kaksi arvioijaa päätyy samaan tulokseen, tai kun saadaan sama tulos tutkittaessa samaa henkilöä eri tutkimuskerroilla. Mittareiden luotettavuutta voidaan arvioida erilaisten tilastollisten menettelytapojen avulla, joita on kehitetty kvantitatiivisissa tutkimuksissa. (Hirsjärvi ym. 2004, 216.)

Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa sitä, että tutkimus mittaa juuri niitä asioita, joita tutkimuksella halutaankin mitata. Jos tutkimukselle ei ole asetettu täsmällisiä tavoitteita, tutkitaan helposti vääriä asioita. Validius on siis varmistettava jo etukäteen huolellisen suunnittelun ja tarkoin mietityn tiedonkeruun avulla. Tutkimuslomakkeen kysymysten tulisi kattaa koko tutkimusongelma ja mitata yksiselitteisesti oikeita asioita. Tutkimuksen validiutta edesauttavat myös korkea vastausprosentti, edustavan otoksen saaminen ja perusjoukon tarkka määrittely. (Heikkilä 2008, 29–30.)

Menetelmät ja mittarit eivät vastaa aina sitä todellisuutta, jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Kyselylomakkeen täyttäjä voi käsittää kysymykset aivan eri tavalla kuin tutkija on ajatellut. Tuloksia ei näin ollen voida pitää pätevänä, jos tutkija käsittelee saatuja tuloksia edelleen

oman ajattelumallinsa mukaisesti. Tällöin mittarista siis aiheutuu virheitä tuloksiin. (Hirsjärvi ym. 2004, 216–217.)

Tutkimuksen otoskoko on melko pieni, sillä 500 jaetusta lomakkeesta saatiin vain 89 kappaletta takaisin. On kuitenkin otettava huomioon asiakasmäärien vähyys tuona aikana sekä työntekijöiden passiivisuus kyselylomakkeiden jakamiseen. Otoksen pienestä koosta johtuen tulokset ovat lähinnä suuntaa antavia, eivätkä ne ole hotellin koko asiakaskuntaan yleistettävissä. Juuri otoskoon pienuus vaikuttaa eniten tutkimuksen tulosten luotettavuuteen. Tutkimusta voidaan pitää kuitenkin pätevänä eli se on validi, sillä tutkimuksessa mitattiin juuri niitä asioita, joita oli tarkoituskin mitata. Lisäksi tutkimuslomakkeen kysymykset kattavat koko tutkimusongelman eli sen, ovatko asiakkaan tyytyväisiä Narai hotelliin ja sen tarjoamiin palveluihin. Kaikki hotellin tarjoamat palvelut on käyty kattavasti läpi kyselylomakkeen kysymyksissä.

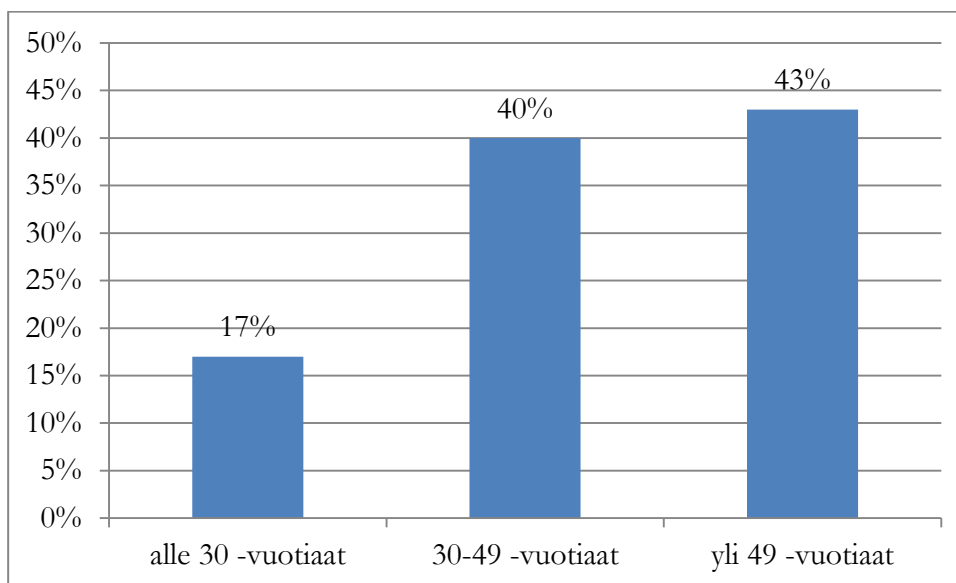
7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimuksen tuloksista tehtiin frekvenssitaulukot, jotka analysoitiin. Ristiintaulukoinnilla selvitettiin kahden muuttujan välistä yhteyttä. Taustamuuttujina käytettiin tällöin sukupuolta, matkan tarkoitusta, luokiteltua ikää ja sitä monettako kertaa asiakas oli Narai hotellissa. Riippuvuutta tarkasteltiin vertaamalla taustamuuttujia niin toisiinsa kuin muihinkin muuttujiin, kuten esimerkiksi vastaanoton palveluun ja kassan palvelun nopeuteen. Taustamuuttujana käytettiin myös kansallisuutta maanosittain, mutta koska vastaajamäärät maittäin jäivät suurimmaksi osaksi hyvin pieniksi, ei tätä taustamuuttujaa ollut mielekästä ottaa mukaan tutkimukseen. Riippuvuuksia tarkasteltiin χ^2 -testin ja Monte Carlo -menetelmän avulla, mutta näistä on mainittu vain niissä kohdin, joissa riippuvuutta esiintyi. On kuitenkin muistettava, että χ^2 -testi on todennukaisempi ja Monte Carlo -menetelmä vain lähinnä suuntaa antava.

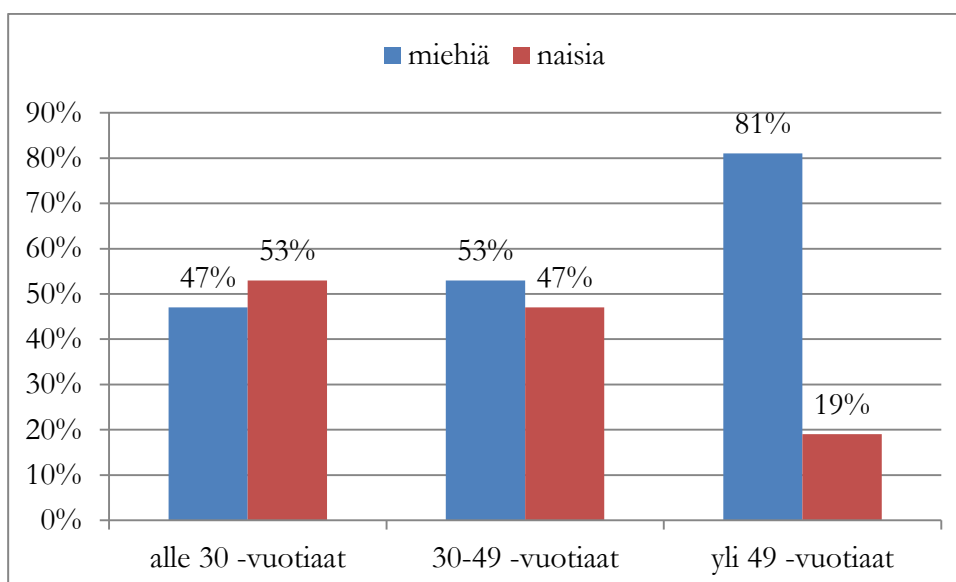
7.1 Vastaajien perustiedot

Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma oli suhteellisen tasainen. Vastanneista 64 % oli miehiä ja 36 % naisia. Työmatkalla olleista sukupuolensa ilmoittaneista oli miehiä 71 % ja naisia 29 %. Lomamatkalla olleista taas miehiä oli 62 % ja naisia 38 %. Vastaajien ikähaarukka oli aika laaja. Nuorin vastaajista oli 16-vuotias ja vanhin 82-vuotias. Vastaajien iän keskiarvoksi saatiin noin 45 vuotta. (Liite 2, s. 1–2; liite 3, s. 28.)

Vastaajista 17 % oli iältään alle 30 -vuotiaita, 40 % oli 30–49 -vuotiaita ja 43 % yli 49 -vuotiaita (kuvio 10). Kyselyyn vastanneista alle 30 -vuotiaista oli miehiä 47 % ja naisia 53 %, 30–49 -vuotiaista miehiä oli 53 % ja naisia 47 %, ja yli 49 -vuotiaista miehiä oli 81 % ja naisia 19 % (kuvio 11). Yli 49 -vuotiaista selvä enemmistö oli miehiä, muute miesten ja naisten osuudet ikäryhmittäin olivat tasaiset. χ^2 -riippumattomuustestin mukaan luokitellun iän ja sukupuolen välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta ($p=0,018$). Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista oli miehiä 64 % ja naisia 36 %, jotka olivat kysymykseen vastanneet. Hotellissa toista tai useampaa kertaa vierailleista oli miehiä 66 % ja naisia 34 %. Eroa ensimmäistä kertaa vierailleiden ja toista tai useampaa kertaa vierailleiden sukupuolten välillä ei juuri ole. (Liite 2, s. 1; liite 3, s.14, 44; liite 4, s. 3.)

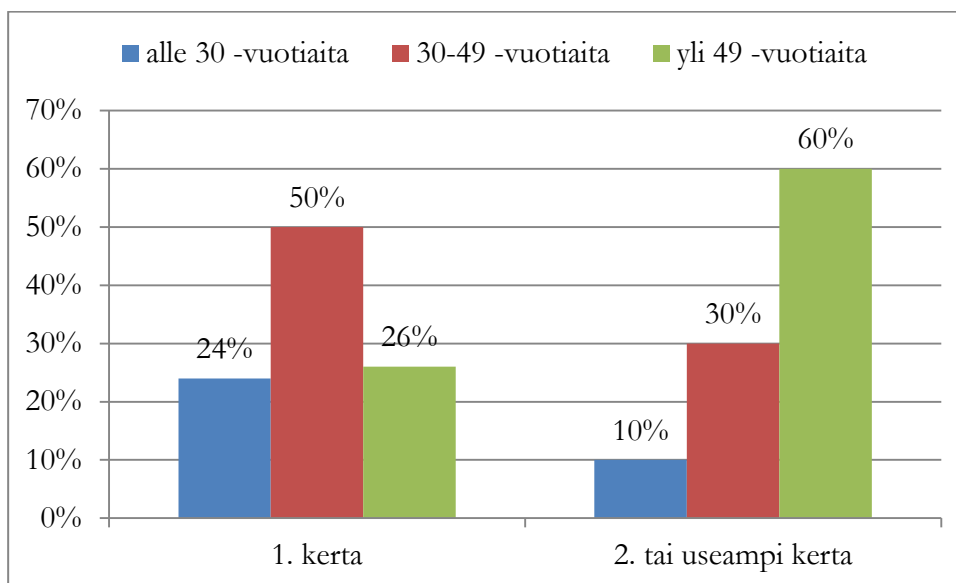


Kuvio 10. Kyselyyn vastanneiden ikä luokiteltuna (n=89)



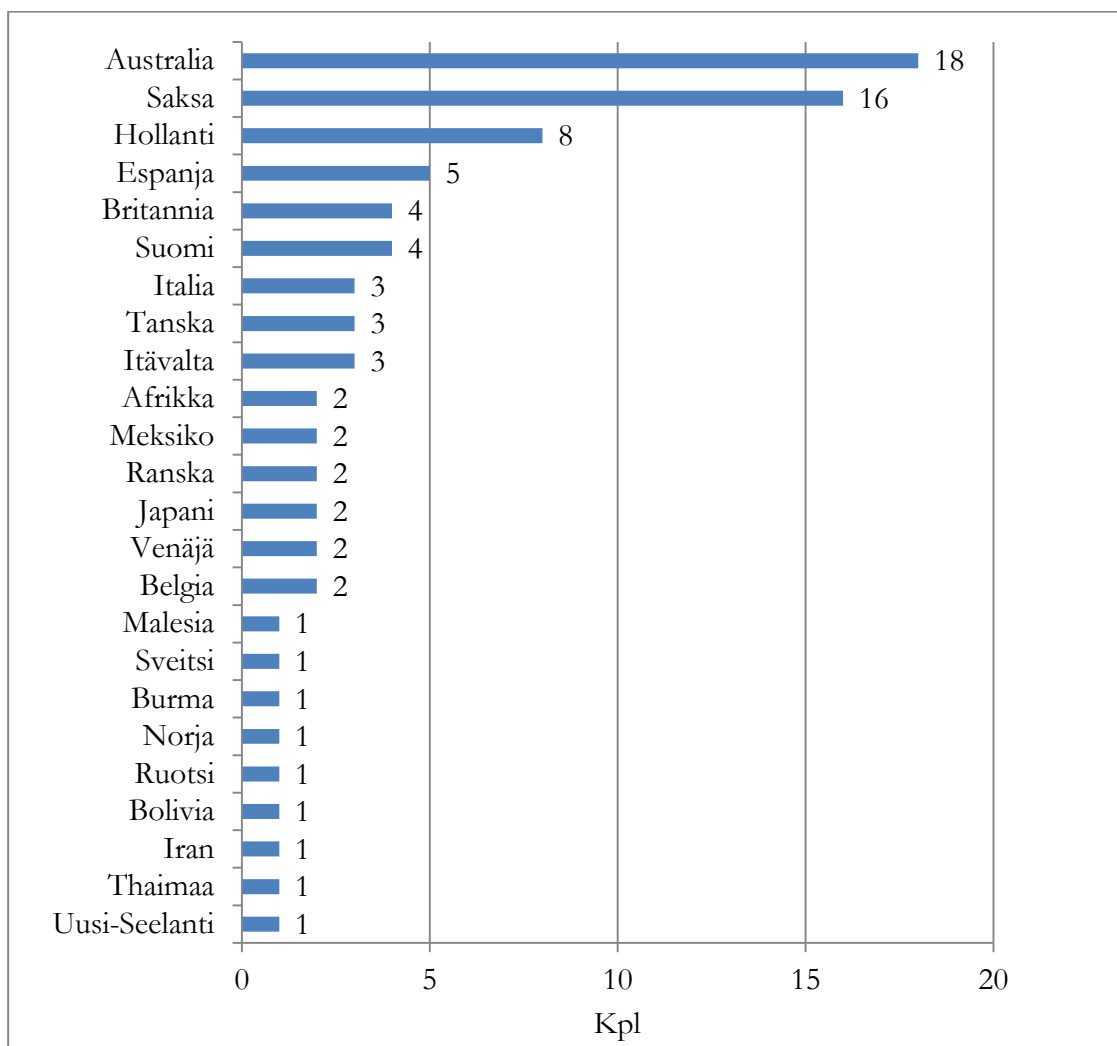
Kuvio 11. Kyselyyn vastanneiden sukupuoli iän mukaan ryhmiteltynä

Työmatkalla olleista 25 % oli alle 30 -vuotiaita, 13 % 30–49 -vuotiaita ja 63 % yli 49 -vuotiaita. Lomamatkalaisista ikänsä ilmoittaneista taas 16 % oli alle 30 -vuotiaita, 44 % 30–49 -vuotiaita ja 40 % yli 49 -vuotiaita. Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista 24 % oli alle 30 -vuotiaita, 50 % 30–49 -vuotiaita ja 26 % yli 49 -vuotiaita (kuvio 12). Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 10 % oli alle 30 -vuotiaita, 30 % 30–49 -vuotiaita ja 60 % yli 49 -vuotiaita. Toista tai useampaa kertaa vierailleet olivat iäkkäämpiä kuin ensimmäistä kertaa hotellissa vierailleet. Hotellissa vierailun määrän ja luokitellun iän välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta ($p=0,003$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, s.28, 44–45; liite 4, s.56.)



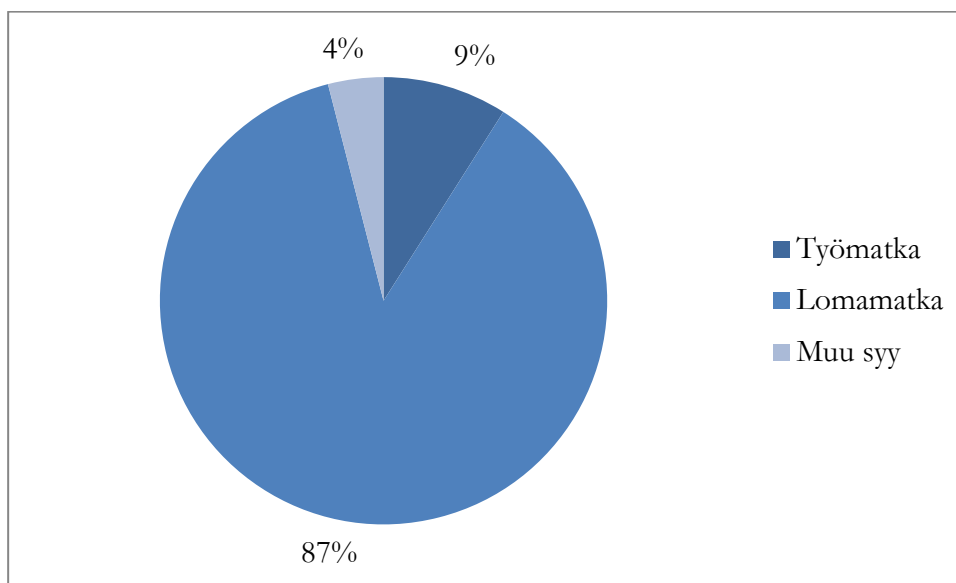
Kuvio 12. Kyselyyn vastanneiden luokiteltu ikä hotellissa vierailun määrän mukaan ryhmiteltyinä

Kyselyyn vastanneiden kansallisuuksien määrä oli otannassa kappalemäärältään suuri. Eri kansallisuuksia oli yhteensä 24. Eniten vastaajia oli Australiasta (18 kpl), toiseksi eniten vastaajia oli Saksasta (16 kpl) ja kolmanneksi nousi Hollanti (8 kpl). Muuten vastanneiden määrät maittain jäivät suhteellisen pieniksi. Vastanneiden kansallisuudet on esitetty kuviossa 13. (Liite 2, s. 3.)



Kuvio 13. Kyselyyn vastanneiden kansallisuudet (luvut on ilmoitettu kappaleina), (n=85)

Kyselyyn vastanneiden kesken matkantarkoitus oli selkeästi suurimmalla osalla lomamatka (87 %). Työmatkalaisia vastaajista oli 9 % ja muun syyn vuoksi majoittuneita oli 4 % (kuvio 14). Muita syitä olivat mm. vierailu ystävien luona ja välilasku Bangkokissa. (Liite 2, s.4; liite 5, s. 1.)

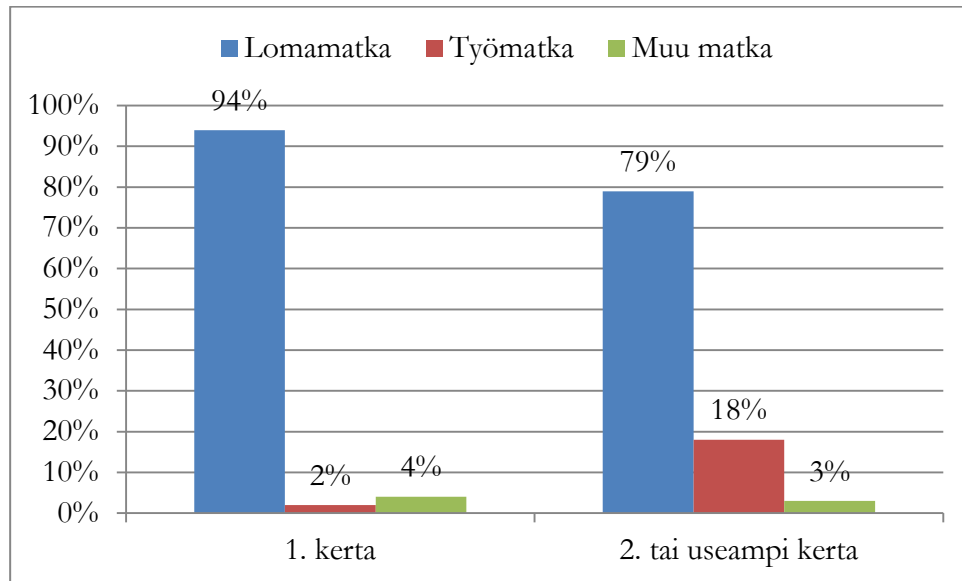


Kuvio 14. Kyselyyn vastanneiden matkan tarkoitus (n=87)

Vertailtaessa tuloksia sukupuolen mukaan voidaan huomata, että matkan syyn ilmoittaneista miehistä 9 % oli työmatkalla ja 87 % lomamatkalla. Naisistakin 7 % oli työmatkalla ja 90 % lomamatkalla, joten suurta eroa sukupuolten välillä ei ole. (Liite 3, s. 1.)

Alle 30 -vuotiaista vastaajista oli työmatkalla 14 % ja lomamatkalla 86 %. 30–49 -vuotiaista taas lomamatkalla oli 94 % ja työmatkalla tai muulla matkalla yhteensä 6 %. Yli 49 -vuotiaista lomamatkalla oli 81 % vastaajista, työmatkalla 14 % ja muulla matkalla 5 %. (Liite 3, s. 14.)

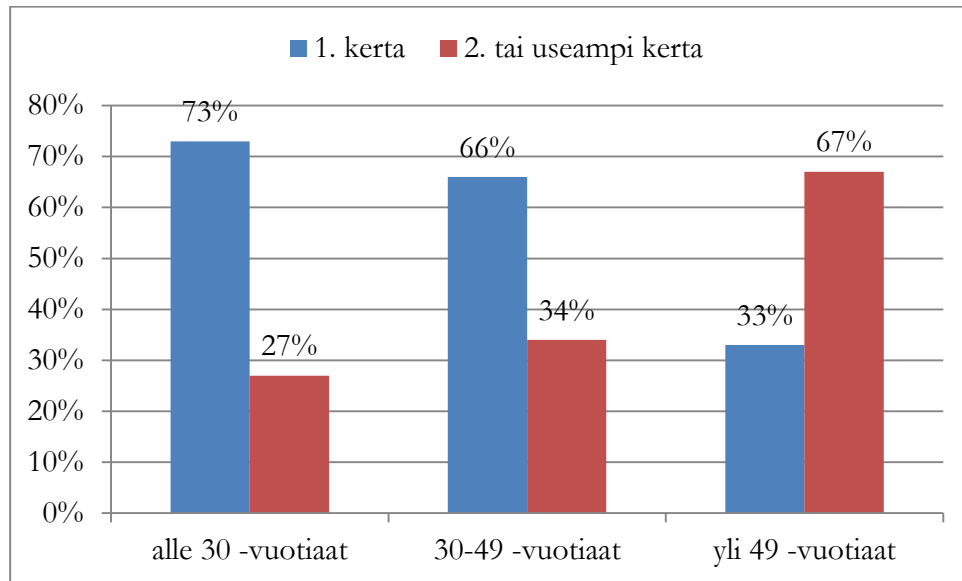
Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista 2 % oli työmatkalla ja toista tai useampaa kertaa vierailleista 18 %, jotka olivat vastanneet kysymykseen matkan tarkoituksesta (kuvio 15). Lomamatkalla oli 94 % ensimmäistä kertaa vierailleista ja 79 % toista tai useampaa kertaa vierailleista. Muulla matkalla oli ensimmäistä kertaa vierailleista 4 % ja toista tai useampaa vierailleista 3 %. Ensimmäistä kertaa vierailevat olivat selvästi useammin lomamatkalla kuin toista tai useampaa kertaa vierailleet. Sen, monettako kertaa oli Narai hotellissa ja matkan tarkoituksen välillä on riippuvuutta ($p=0,035$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, s. 45; liite 4, s. 56–57.)



Kuvio 15. Kyselyyn vastanneiden matkan tarkoitus sen mukaan ryhmiteltynä monettako kertaa oli Narai hotellissa

Vastaajista 54 % ei ollut majoittunut Narai hotellissa aikaisemmin ja 46 % taas oli majoittunut hotellissa aikaisemmin. Toista tai useampaa kertaa Narai hotellissa majoittuneet vastaajat olivat vierailleet hotellissa keskimäärin 5 kertaa. Kyselyyn vastanneiden keskimääräinen viipymä hotellissa oli kolme yötä. Muuten vastaajien viipymät vaihtelivat yhdestä yöstä 21 yöhön. (Liite 2, s. 4.)

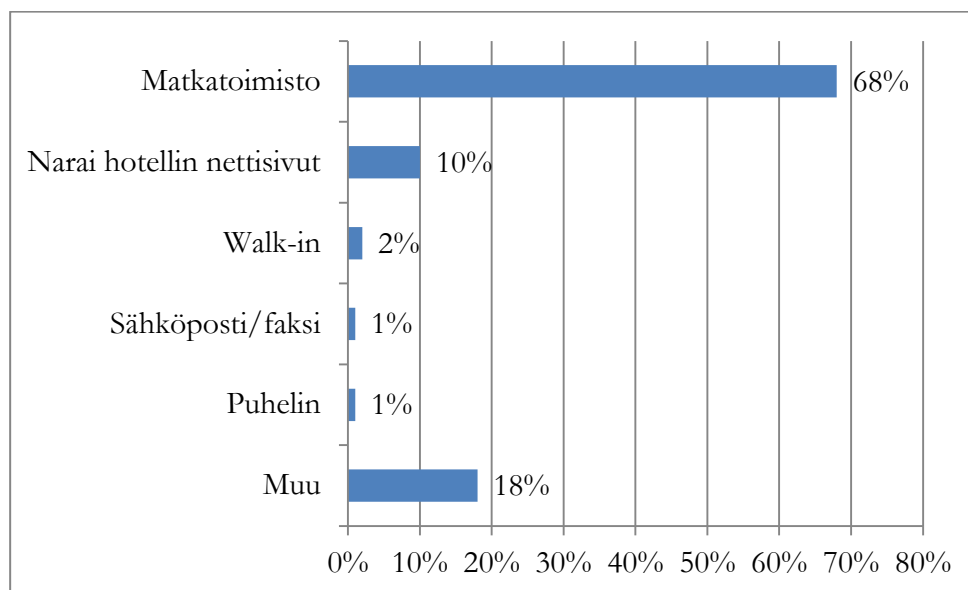
Kysymykseen Narai hotellissa aiemmin majoittumisesta vastanneista miehistä sekä naisista noin puolet oli Narai hotellissa ensimmäistä kertaa. Kysymykseen vastanneista työmatkalaisista 88 % oli vierailut Narai hotellissa aikaisemmin, kun taas lomamatkalaisista 42 % oli vierailut hotellissa aikaisemmin. Alle 30 -vuotiaista vastaajista 73 % oli Narai hotellissa ensimmäistä kertaa, 30–49 -vuotiaista taas 66 % ja yli 49 -vuotiaista 33 % (kuvio 16). Yli 49 -vuotiaista kaksi kolmasosaa oli vierailut hotellissa aiemminkin, muista ikäryhmistä taas yli puolet oli hotellissa ensimmäistä kertaa. χ^2 -riippumattomuustestin mukaan iän ja sen, onko vierailut Narai hotellissa aiemmin vai ei, välillä on riippuvuutta ($p=0,006$). (Liite 3, s. 1, 14, 29; liite 4, s. 23.)



Kuvio 16. Kyselyyn vastanneiden hotellissa vierailukerta luokitellun iän mukaan ryhmiteltynä

7.2 Vastanneiden varauksentekoväylä ja hotellin valinta

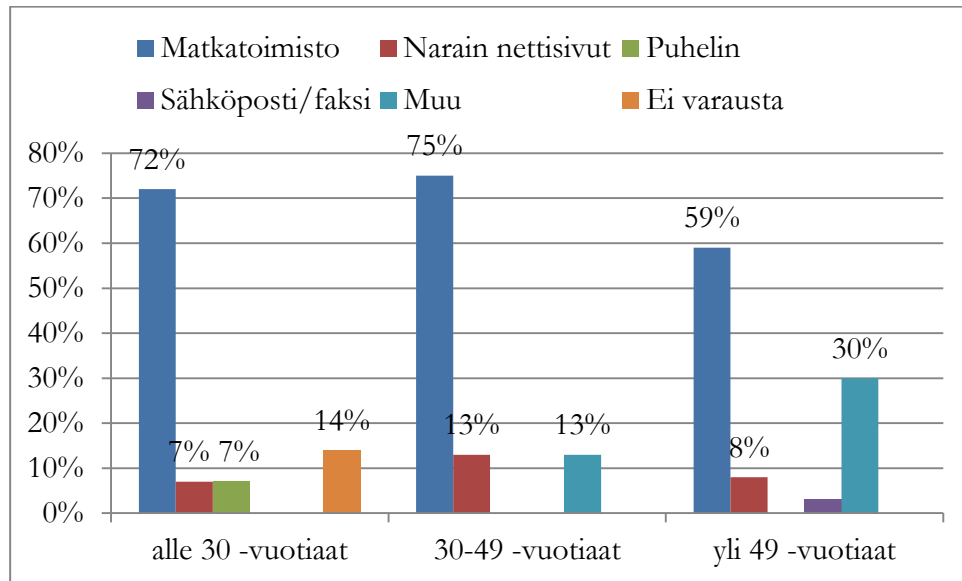
Kyselyyn vastanneista suurin osa (68 %) oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta (kuvio 17). Hotellin nettisivujen kautta varanneita oli 10 % vastaajista. Vastaajista yhteensä vain 4 % oli tehnyt varauksen puhelimitse tai sähköpostitse/faksilla tai saapunut suoraan hotelliin ilman varausta. Muuta kautta hotellihuoneen varanneita oli vastaajista 18 %. Muuta kautta varanneet olivat varanneet hotellihuoneen esim. Aurinkomatkojen edustajan kautta, yrityksen myyntiosaston kautta, ystävän kautta, oppaan kautta ja Bangkokissa asuvan kaverin kautta. (Liite 2, s. 5; liite 5, s. 1.)



Kuvio 17. Kyselyyn vastanneiden varauksentekoväylä (n=84)

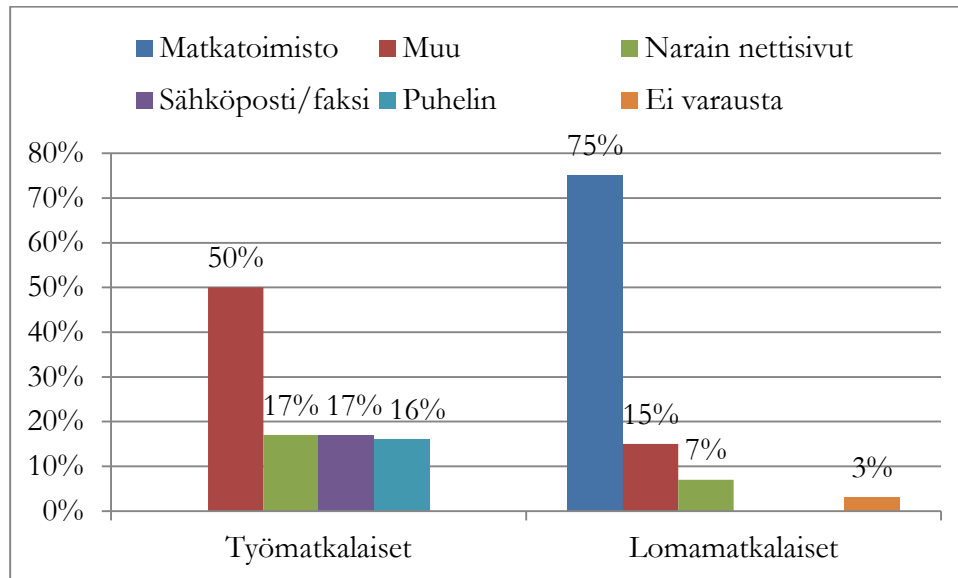
Yli puolet (65 %) miehistä, jotka olivat ilmoittaneet varauksentekoväylän, oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta. Muuta kautta varanneita oli 19 % ja Narai hotellin nettisivujen kautta varanneita 13 % miehistä. Naisista taas 70 % oli varannut huoneen matkatoimiston kautta ja 19 % muuta kautta. (Liite 3, s. 1–2.)

Varauksentekoväylän ilmoittaneista alle 30 -vuotiaista vastaajista 72 % oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta, ilman varausta saapui 14 % ja Narai hotellin nettisivujen kautta tai puhelimella oli huoneen varannut yhteensä 14 % (kuvio 18). 30–49 -vuotiaista vastaajista taas 75 % oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta, 13 % Narai hotellin nettisivujen kautta ja muuta kautta varanneita oli myös 13 %. Yli 49 -vuotiaista matkatoimiston kautta oli varannut 59 %, muuta kautta 30 %, hotellin nettisivujen kautta 8 % ja sähköpostin/faksin kautta 3 %. Yli 49 -vuotiaat olivat käyttäneet matkatoimistoa varauksentekoväylänä muita ikäryhmiä vähemmän ja alle 30 -vuotiaat olivat ainoa ryhmä, joka oli saapunut hotelliin myös ilman varausta. Luokitellun iän ja varauksentekoväylän välillä oli tilastollinen riippuvuus ($p=0,006$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, s. 15; liite 4, s. 24.)



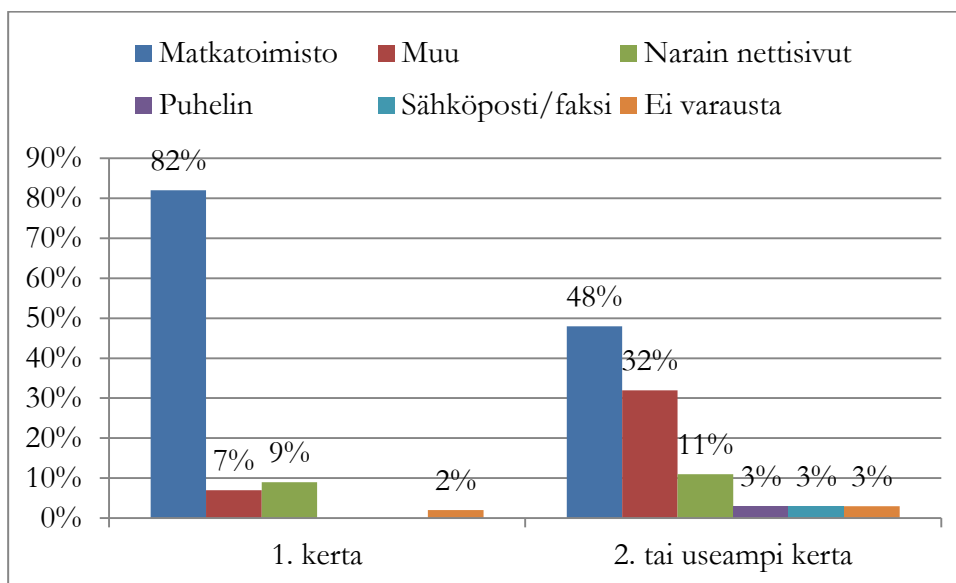
Kuvio 18. Kyselyyn vastanneiden varauksentekoväylä luokitellun iän mukaan ryhmiteltynä

Työmatkalla olleista varauksentekoväylän ilmoittaneista yhteensä 17 % oli varannut hotellihuoneen Narai hotellin nettisivujen kautta, toiset 17 % sähköpostilla/faksilla, 16 % puhelimella ja 50 % oli varannut hotellihuoneen muuta kautta (kuvio 19). Lomamatkalla olleista taas kolme neljäsosaa (75 %) oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta, 7 % Narai hotellin nettisivujen kautta, 3 % saapui hotelliin ilman varausta ja 15 % oli varannut huoneen muuta kautta. Lomamatkalaiset ovat käyttäneet varauksentekoväylänä huomattavasti eniten matkatoimistoa, kun työmatkalaiset eivät olleet ilmoittaneet matkatoimistoa ollenkaan varauksentekoväylänä. Matkan tarkoituksen ja varauksentekoväylän välillä on riippuvuutta ($p=0,003$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, s. 29–30; liite 4, s. 39.)



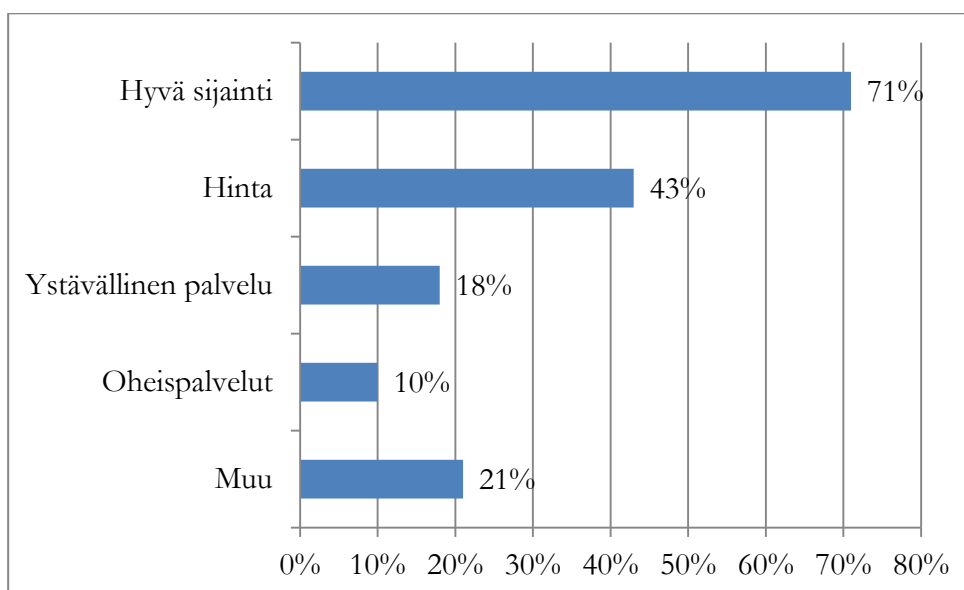
Kuvio 19. Kyselyyn vastanneiden varauksentekoväylä matkan tarkoituksen mukaan ryhmiteltyinä

Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista varauksentekoväylän ilmoittaneista 82 % oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta, 9 % Narai hotellin nettisivujen kautta, 7 % muuta kautta ja 2 % oli saapunut hotelliin ilman varausta (kuvio 20). Hotellissa toista tai useampaa kertaa vierailleista 48 % oli varannut huoneen matkatoimiston kautta, 32 % muuta kautta, 11 % Narai hotellin nettisivujen kautta ja yhteensä 9 % puhelimella tai sähköpostilla/faksilla tai oli saapunut hotelliin ilman varausta. Ensimmäistä kertaa vierailleet olivat käyttäneet selvästi enemmän matkatoimistoa hotellia varatessaan, kun taas toista tai useampaa kertaa vierailleet olivat käyttäneet monipuolisemmin eri varauksentekoväyliä. Hotellissa vierailun määrän ja varauksentekoväylän välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta ($p=0,005$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, s. 46–47; liite 4, s. 57.)



Kuvio 20. Kyselyyn vastanneiden varauksentekoväylä hotellissa vierailun määrän mukaan ryhmiteltynä

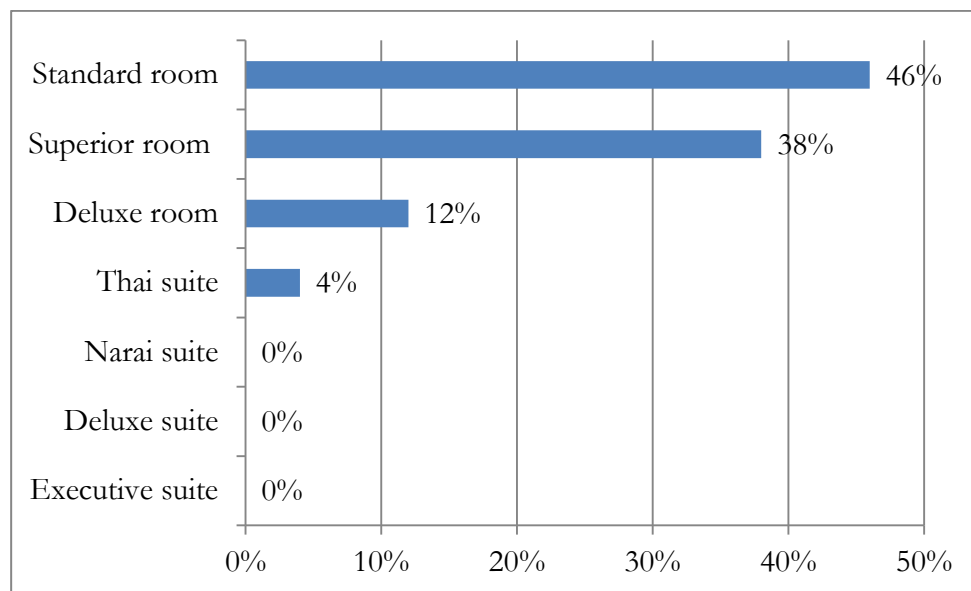
Kyselyyn vastanneista suurin osa (71 %) oli valinnut Narai hotellin hyvän sijainnin vuoksi, kuten kuviosta 21 ilmenee. Seuraavaksi eniten vastaajiin oli vaikuttanut huoneen hinta (43 %). Vastaajista 18 % ilmoitti taas ystävällisen palvelun vaikuttaneen valintaan. Oheispalvelut olivat vaikuttaneet vain 10 % vastaajista. Muun syyn oli valinnut 21 % vastaajista. Muita syitä olivat mm. matkatoimiston suosittelu, vierailu hotellin nettisivuilla, hyvä hinta-laatu -suhde, hyvä palaute netissä, hyvä kokemus aiemmasta vierailusta, ongelmat lentojen kanssa, sisältyminen pakettimatkaan ja maantieteellinen sijainti. (Liite 2, s. 5–6; liite 5, s. 1–2.)



Kuvio 21. Kyselyyn vastanneiden hotellin valintaan vaikuttanut syy (vastaaja on voinut valita useita syitä) (n=137)

7.3 Vastaajien huonetyyppi, huoneen arviointi ja oheispalvelujen käyttö

Lähes puolet (46 %) kyselyyn vastanneista oli yöpynyt hotellissa vieraillessaan standard huoneessa (kuvio 22). Toiseksi suosituin vaihtoehto vastaajien keskuudessa oli superior huone (38 %). Muita vastaajien käyttämiä huonetyyppejä olivat deluxe huone (12 %) ja Thai sviitti (4 %). Kukaan vastaajista ei ollut majoittunut Narai-, deluxe- tai executive sviitissä. (Liite 2, s. 7.)



Kuvio 22. Kyselyyn vastanneiden majoituksen huonetyyppi (n=80)

Kovin suuria eroja ei ole huomattavissa majoituksen tasossa sukupuolten välillä. Ainoastaan superior -huoneen kohdalla näyttää, että naiset (46 %) ovat valinneet sen selvästi miehiä (33 %) useammin. (Liite 3, s. 2.)

Huonetyypin ilmoittaneista alle 30 -vuotiaista 50 % majoittui standard -huoneessa, 43 % superior -huoneessa ja 7 % deluxe -huoneessa. 30–49 -vuotiaista taas 45 % majoittui standard -huoneessa, 39 % superior -huoneessa, 10 % deluxe -huoneessa ja 6 % thai -sviitissä. Yli 49 -vuotiaista 44 % majoittui standard -huoneessa, 35 % superior -huoneessa, 18 % deluxe -huoneessa ja 3 % thai -sviitissä. Erot eri ikäryhmien välillä eivät ole kovin suuret. (Liite 3, s. 16.)

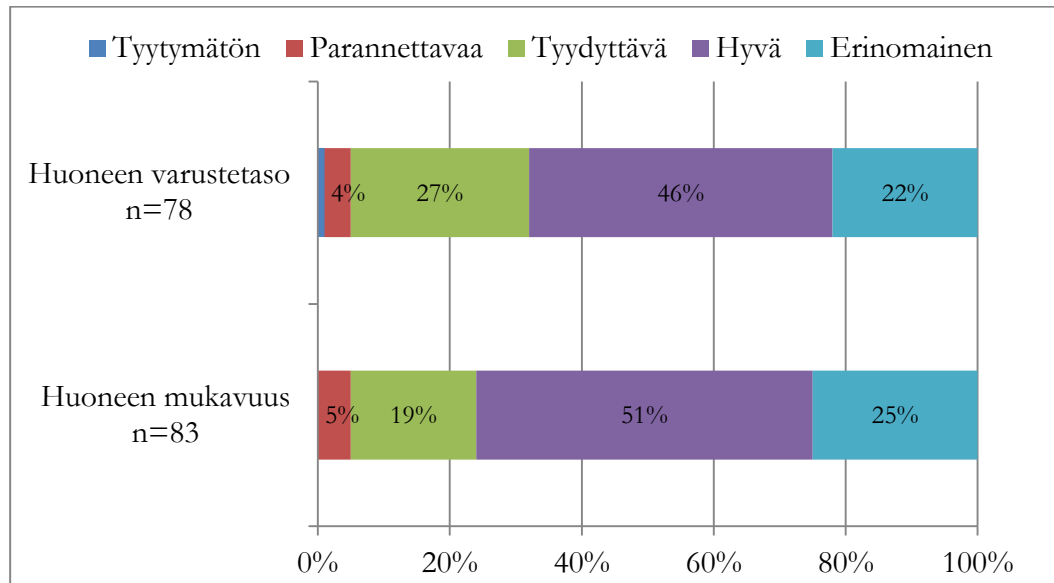
Työmatkalla olleista huonetyypin ilmoittaneista 67 % majoittui standard -huoneessa ja yhteensä 33 % superior- tai deluxe -huoneessa. Lomatkalla olleista taas 44 % majoittui standard -huoneessa, 42 % superior -huoneessa, 10 % deluxe -huoneessa ja 4 % thai -sviitissä. Työmatkalaisista yli puolet majoittui standard -huoneessa, kun lomamatkalaisten majoittuminen jakaantui tasaisemmin. (Liite 3, s. 30.)

Ensimmäistä kertaa Narai hotellissa vierailleista huonetyypin ilmoittaneista 50 % majoittui standard -huoneessa, 36 % superior -huoneessa ja 7 % sekä deluxe -huoneessa että thai -sviitissä. Hotellissa toista tai useampaa kertaa vierailleista 41 % majoittui standard -huoneessa, 40 % superior -huoneessa ja 19 % deluxe -huoneessa. Toista tai useampaa kertaa vierailleet majoittuivat hiukan tasokkaammin kuin ensimmäistä kertaa vierailleet. (Liite 3, s. 47.)

Lähes puolet (46 %) vastanneista piti huoneen varustetasoa hyvänä. Tyydyttävänä huoneen varustetasoa piti 27 % vastaajista ja erinomaisena 22 %. Parannettavaa varustetasosta löysi 4 % vastaajista ja vain 1 % vastaajista oli täysin tyytymätön huoneen varustetason (kuvio 23). Huoneen varustetason keskiarvoksi saatiin 3,83, joka on lähempänä hyvää arvosanaa. (Liite 2, s. 7, 21.)

Neljäsosa (25 %) vastanneista piti huoneen mukavuutta erinomaisena ja noin puolet (51 %) hyvänä. Tyydyttävänä huoneen mukavuutta piti 19 % vastanneista. Parannettavaa huoneen mukavuudesta löysi 5 % vastanneista (kuvio 23). Huoneen mukavuuden keskiarvoksi saatiin 3,96 eli sitä pidettiin keskimäärin hyvänä. (Liite 2, s. 7, 21.)

Vastaajat saivat kommentoida huoneen varustetasoa ja mukavuutta myös vapaasti (liite 5, s. 2–3). Eniten kritiikkiä sai huoneen ilmastointi, joka koettiin liian äänekkääksi ja ilmanvaihto sekä huoneen ilmanlaatu huonoiksi. Huonoksi koettiin myös, että vaatekaapissa ei ollut tarpeeksi tilaa ja pesuhuoneen viemärin tukkeutuminen. Vuodevaatteita keuhuttiin raikkaiksi ja mukaviksi.



Kuvio 23. Kyselyyn vastanneiden mielipide huoneen varustetasosta ja mukavuudesta (n=78, n=83)

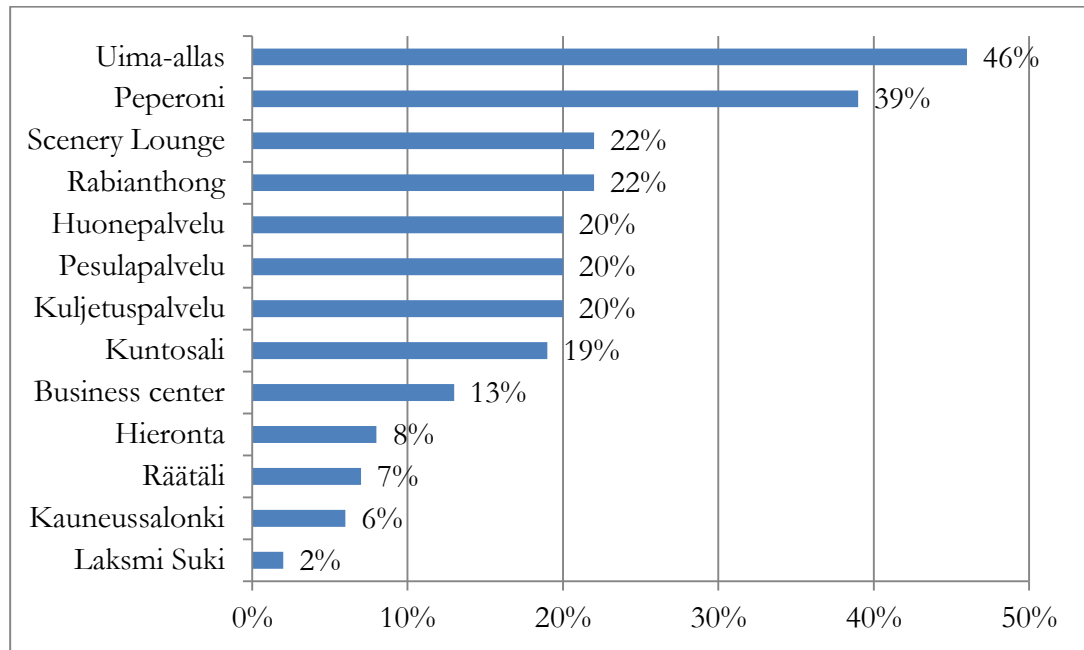
Sukupuolten välillä ei ole havaittavissa suurta eroa, kun tarkastellaan huoneen mukavuuden ja varustetason arviointia. Naiset ovat olleet hieman miehiä kriittisempiä. Huoneen mukavuutta ja varustetasoa arvioinneista naisista 28 % piti huoneen mukavuutta tyydyttävänä, kun miehistä tyydyttävänä sitä piti vain 14 %. Miehistä 55 % piti huoneen mukavuutta hyvänä, kun naisista hyvänä sitä piti 45 %. Huoneen varustetasoa taas piti tyydyttävänä 23 % miehistä ja 32 % naisista. Lähes puolet sekä miehistä (48 %) että naisista (46 %) piti huoneen varustetasoa hyvänä. Erinomaisena varustetasoa piti 25 % miehistä ja 18 % naisista. (Liite 3, s. 3–4.)

Huoneen mukavuutta piti erinomaisena 27 % alle 30 -vuotiaista vastaajista, hyvänä huoneen mukavuutta piti 53 % ja tyydyttävänä 20 %. 30–49 -vuotiaista taas huoneen mukavuutta piti erinomaisena 38 %, hyvänä 47 %, tyydyttävänä 12 % ja parannettavaa löysi 3 %. Yli 49 -vuotiaista taas huoneen mukavuutta piti hyvänä 14 %, erinomaisena 54 %, tyydyttävänä 23 % ja parannettavaa löysi 9 %. Huoneen varustetasoa piti erinomaisena 13 % alle 30 -vuotiaista vastaajista, hyvänä 60 % ja tyydyttävänä 27 %. 30–49 -vuotiaista erinomaisena huoneen varustetasoa piti 37 %, hyvänä 38 %, tyydyttävänä 22 % ja parannettavaa löysi 3 % vastaajista. Yli 49 -vuotiaista huoneen varustetasoa piti erinomaisena 10 %, hyvänä 50 % ja tyydyttävänä 30 % vastaajista. Parannettavaa löysi 7 % vastaajista ja 3 % oli tyytymättömiä varustetasoon. (Liite 3, s. 16–17.)

Työmatkalla olleista huoneen mukavuutta kommentoineista 43 % piti huoneen mukavuutta erinomaisena, 29 % hyvänä ja 28 % tyydyttävänä. Lomamatkalla olleista taas 54 % piti huoneen mukavuutta hyvänä, 24 % erinomaisena, 18 % tyydyttävänä ja 4 % löysi jotain parannettavaa. Työmatkaisista huoneen varustetasoa kommentoineista puolet (50 %) piti huoneen varustetasoa hyvänä, 33 % erinomaisena ja 17 % tyydyttävänä. Lomamatkalaisista taas 48 % piti huoneen varustetasoa hyvänä, 28 % tyydyttävänä, 21 % erinomaisena, 2 % löysi jotain parannettavaa ja 1 % oli tyytymättömiä. (Liite 3, s. 31–32.)

Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista huoneen mukavuuteen vastanneista 49 % piti huoneen mukavuutta hyvänä, 30 % erinomaisena, 19 % tyydyttävänä ja 2 % löysi jotain parannettavaa. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 54 % piti huoneen mukavuutta hyvänä, 20 % erinomaisena, 18 % tyydyttävänä ja 8 % löysi jotain parannettavaa. Aiemmin vierailleet ovat olleet ensimmäistä kertaa vierailleita hieman kriittisempiä, mutta merkittävän suuria eroja ei ole havaittavissa. Hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista huoneen varustetason vastanneista 37 % piti huoneen varustetasoa hyvänä, 33 % tyydyttävänä, 26 % erinomaisena ja yhteensä 4 % löysi jotain parannettavaa tai oli tyytymättömiä. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 59 % piti huoneen varustetasoa hyvänä, 18 % tyydyttävänä, 17 % erinomaisena ja 6 % löysi jotain parannettavaa. Ensimmäistä kertaa hotellissa vierailleet olivat hieman kriittisempiä kuin aiemmin vierailleet. (Liite 3, s. 48–49.)

Kyselyyn vastanneista 61 % oli käyttänyt oheispalveluja Narai hotellissa majoituksessaan. Vastanneista 46 % oli käyttänyt uima-allasta. Hotellin ravintoloista oli eniten käytetty Scenery Loungea ja Rabianthongia, jota molempia oli käyttänyt 22 % vastaajista. Huone-, pesula- ja kuljetuspalvelua oli kaikkiaan käyttänyt 60 % vastaajista. Kuntosalia oli käyttänyt 19 % kyselyyn vastanneista ja business centerin palveluja 13 % vastanneista. Hierontapalveluja oli käyttänyt 8 % ja räätälin palveluja 7 % vastaajista. Kauneussalongissa oli asioinut vain 6 % ja ravintola Laksmi Sukissa vain 2 % vastaajista (kuvio 24). (Liite 2, s. 8–10.)



Kuvio 24. Kyselyyn vastanneiden käyttämät palvelut (vastaaja on voinut valita useita palveluja) (n=132)

Kysymykseen hotellin oheispalvelujen käytöstä vastanneiden miesten ja naisten välillä ei ollut suurta prosentuaalista eroa. (Liite 3, s. 4.)

Alle 30 -vuotiaista oheispalvelujen käyttöön vastanneista 54 % oli käyttänyt hotellin oheispalveluja. 30–49 -vuotiaista 47 % oli käyttänyt hotellin oheispalveluja ja yli 49 -vuotiaista jopa 78 % oli käyttänyt oheispalveluja. Yli 49 -vuotiaista suurin osa oli käyttänyt oheispalveluja hotellissa majoituessaan, kun taas muista ikäryhmistä vain noin puolet. χ^2 -riippumattomuustestin mukaan iän ja oheispalvelujen käytön välillä on riippuvuutta ($p=0,033$). (Liite 3, s. 18; liite 4, s. 3.)

Työmatkalla olleista kaikki, jotka olivat vastanneet kysymykseen oheispalvelujen käytöstä, olivat käyttäneet oheispalveluja hotellissa ollessaan. Lomamatkalaisista taas 57 % oli käyttänyt oheispalveluja, joten ero työmatkalaisten ja lomamatkalaisten välillä on suuri. Matkan tarkoituksen ja oheispalvelujen käytön välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta ($p=0,032$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, s. 32; liite 4, s. 42.)

Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista 56 % oli käyttänyt hotellin oheispalveluja, kun taas toista tai useampaa kertaa vierailleista 67 % oli käyttänyt oheispalveluja. Toista tai useampaa kertaa vierailleet olivat käyttäneet oheispalveluja hieman enemmän kuin ensimmäistä kertaa vierailleet. (Liite 3, s. 49.)

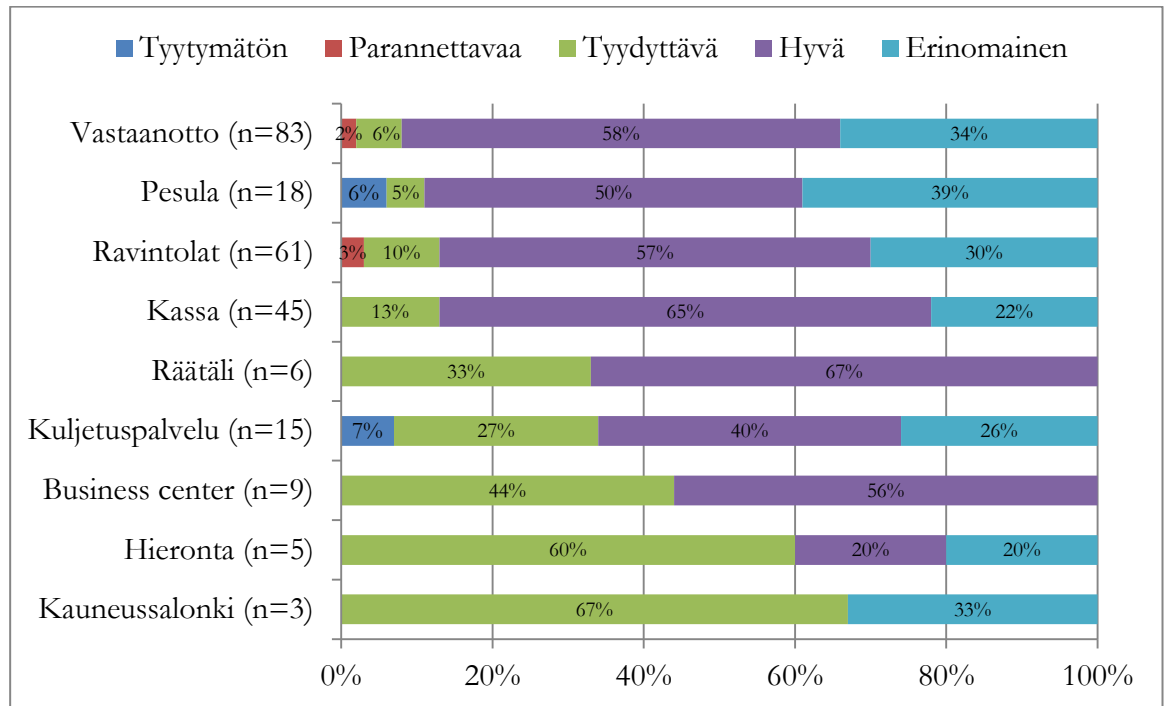
7.4 Palvelun arviointi

Yli puolet (58 %) vastaajista oli sitä mieltä, että vastaanoton palvelu on hyvää (kuvio 18). Erinomaisena vastaanoton palvelua piti 34 % vastaajista ja tyydyttävänä sitä piti 6 % vastaajista. Vain 2 % vastaajista löysi jotain parannettavaa vastaanotossa. Vastaanoton palvelun keskiarvoksi saatiin 4,23 eli se koettiin hyväksi. Kassan palvelua piti hyvänä 65 % vastaajista ja erinomaisena 22 % vastaajista. Tyydyttävänä kassan palvelua piti taas 13 % vastaajista. Kassan palvelun keskiarvoksi saatiin 4,09 eli palvelu koettiin keskimäärin hyväksi. Yli puolet (57 %) vastaajista piti hotellin ravintoloiden palvelua hyvänä ja 30 % piti palvelua erinomaisena. Ravintoloiden palvelun koki tyydyttäväksi 10 % vastanneista ja parannettavaa palvelussa löysi 3 % vastanneista. Ravintoloiden palvelun keskiarvoksi saatiin 4,13 eli sekin koettiin hyväksi. (Liite 2, s. 10–11, 21.)

Räätälin palvelua piti hyvänä 67 % vastaajista ja tyydyttävänä 33 % vastaajista (kuvio 18). Räätälin palvelun keskiarvoksi saatiin 3,67, joka on tyydyttävän ja hyvän rajamailla. Kauneussalongin palvelun koki erinomaiseksi 33 % vastaajista, kun taas 67 % vastaajista koki palvelun tyydyttäväksi. Kauneussalongin palvelun keskiarvoksi saatiin myös 3,67. Kyselyyn vastanneista yli puolet (60 %) koki hierontapalvelun tyydyttäväksi. Yhteensä 40 % vastaajista piti hierontapalvelua erinomaisena tai hyvänä. Hierontapalvelun keskiarvoksi saatiin 3,6, joka sekin on tyydyttävän ja hyvän rajamailla. (Liite 2, s. 11–12, 21.)

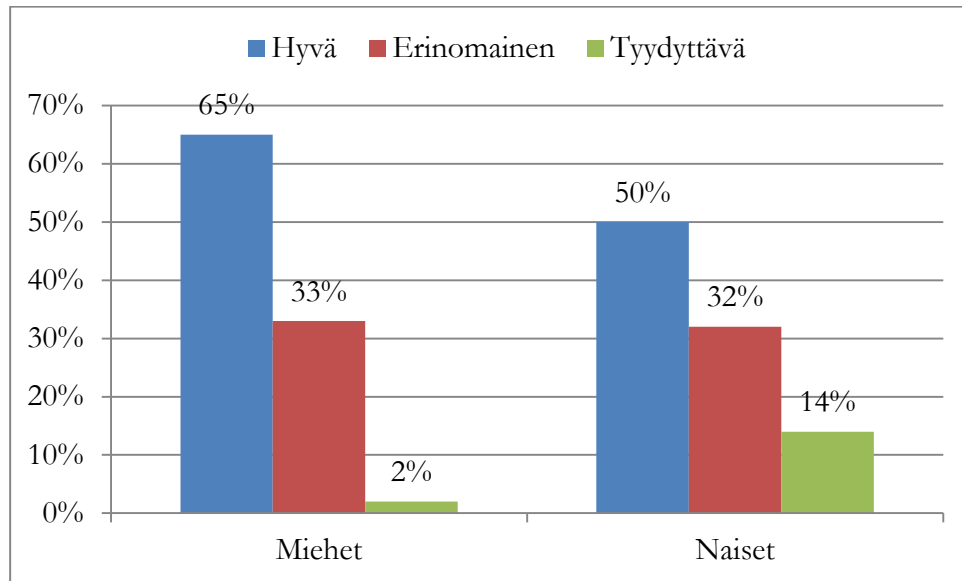
Business centerin palvelua piti hyvänä 56 % vastaajista ja tyydyttävänä 44 % vastaajista. Business centerin palvelun keskiarvoksi saatiin 3,56, joka tarkoittaa tyydyttävää/hyvää. Hotellin kuljetuspalvelua piti hyvänä 40 % ja erinomaisena 26 % kyselyyn vastanneista. Tyydyttävänä kuljetuspalvelua piti 27 % vastaajista ja täysin tyytymättömiä oli 7 % vastaajista. Kuljetuspalvelun keskiarvoksi saatiin 3,8, joka tarkoittaa hyvää. Pesulan palvelun koki hyväksi 50 % vastaajista ja erinomaiseksi 39 % vastaajista. Vastaajista 5 % piti pesulan palvelua tyydyttävänä ja 6 % oli palveluun tyytymättömiä (kuvio 25). Pesulapalvelun keskiarvoksi saatiin 4,17 eli se koettiin hyväksi. (Liite 2, s. 12–13, 21.)

Vastaajat saivat kommentoida henkilökunnan palvelua myös vapaasti (liite 5, s. 3). Henkilökunta koettiin yleisesti ystävälliseksi, mutta englantia pitäisi osata paremmin. Eräs asiakas oli saanut väärän avaimen kaksi kertaa ja pyykissä oli mennyt kauemmin kuin luvattiin. Toisen asiakkaan mielestä ”Groovy Map -kartta tulisi antaa asiakkaille hotellin toimesta”.



Kuvio 25. Kyselyyn vastanneiden mielipide henkilökunnan palvelusta

Vastaanoton palvelua piti hyvänä yli puolet (65 %) miehistä ja puolet (50 %) naisista, jotka olivat vastanneet kysymykseen (kuvio 26). Erinomaisena vastaanoton palvelua piti 33 % miehistä ja naisistakin 32 %. Tyydyttävänä vastaanoton palvelun koki 14 % naisista ja vain 2 % miehistä. Naiset olivat miehiä kriittisempiä vastaanoton palvelua arvioidessaan. Sukupuolen ja vastaanoton palvelun välillä oli tilastollinen riippuvuus ($p=0,045$, Monte Carlo -testi). Kassan palvelua piti hyvänä 70 % miehistä ja 54 % naisista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Erinomaisena kassan palvelua piti 17 % miehistä ja 39 % naisista. Miehistä 13 % koki kassan palvelun tyydyttäväksi, kun taas naisista vain 8 %. Miehet olivat siinä mielessä naisia kriittisempiä, että naiset olivat valinneet erinomaisen vaihtoehdon useammin ja tyydyttävän harvemmin kuin miehet. (Liite 3, s. 4–5; liite 4, s. 10–11.)



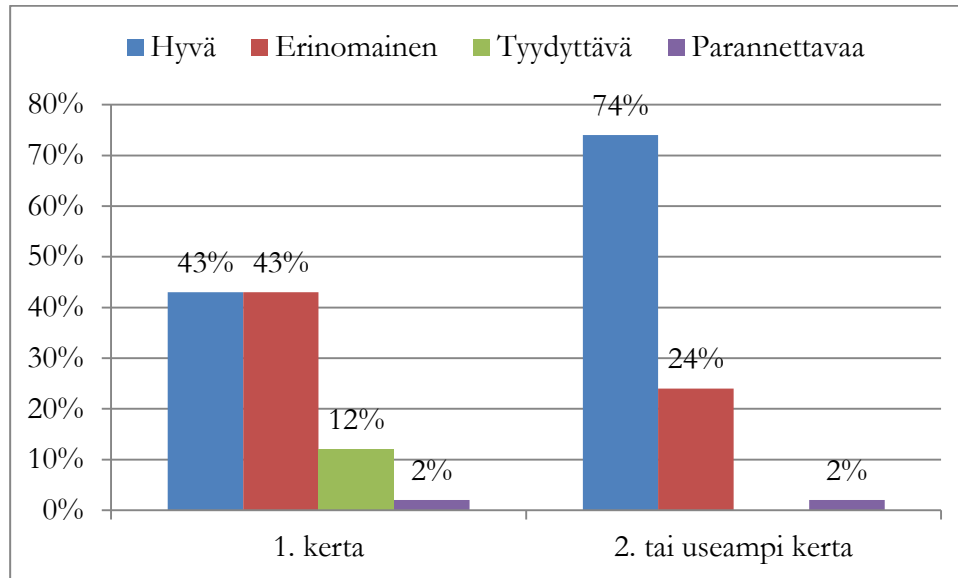
Kuvio 26. Kyselyyn vastanneiden mielipide vastaanoton palvelusta sukupuolen mukaan

Hotellin ravintoloiden palvelua piti hyvänä 53 % miehistä ja 65 % naisista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Erinomaisena ravintoloiden palvelua taas piti 28 % miehistä ja 30 % naisista. Tyydyttävänä palvelun koki 14 % miehistä ja vain 4 % naisista. Parannettavaa ravintoloiden palvelussa löysi 6 % miehistä. Miehet ovat olleet selvästi naisia kriittisempiä arvioi-
nessaan ravintoloiden palvelua. (Liite 3, s. 5–6; liite 4, s. 12.)

Ikäryhmien välillä ei ollut havaittavissa suuria eroja, kun tarkasteltiin palvelun arviointia. Ikäryhmien ja palvelun arvioinnin vertailut löytyvät liitteestä 3 (s. 18–19).

Työmatkalla olleista vastaanoton palvelua kommentoineista 75 % piti vastaanoton palvelua hyvänä, 12 % erinomaisena ja 13 % löysi jotain parannettavaa. Lomamatkalla olleista taas hieman yli puolet (56 %) piti vastaanoton palvelua hyvänä, 36 % erinomaisena, 7 % tyydyttävänä ja 1 % löysi jotain parannettavaa. Lomamatkalaisissa on ollut hieman tyytymättö-
mämmät asiakkaat. Työmatkalla olleista kassan palvelua kommentoineista 57 % piti kassan palvelua hyvänä, 29 % tyydyttävänä ja 14 % erinomaisena. Lomamatkalla olleista taas 67 % piti kassan palvelua hyvänä, 25 % erinomaisena ja 8 % tyydyttävänä. Työmatkalaiset ovat olleet tyytymättömämpiä kassan palveluun kuin lomamatkalaiset. Työmatkalaisista ravintoloiden palvelua kommentoineista 43 % piti ravintoloiden palvelua hyvänä, 14 % erinomaisena, 29 % tyydyttävänä ja 14 % löysi jotain parannettavaa. Lomamatkalaisista yli puolet (61 %) piti ravintoloiden palvelua hyvänä, 29 % erinomaisena, 8 % tyydyttävänä ja 2 % löysi jotain parannettavaa palvelusta. Myös ravintoloiden arvioinnissa ovat työmatkalaiset olleet kriittisempiä. (Liite 3, s. 33–34.)

Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista vastaanoton palvelua kommentoineista 43 % piti palvelua erinomaisena, toiset 43 % hyvänä, 12 % tyydyttävänä ja 2 % löysi jotain parannettavaa (kuvio 27). Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 74 % piti vastaanoton palvelua hyvänä, 24 % erinomaisena ja 2 % löysi jotain parannettavaa. Ensimmäistä kertaa vierailleet olivat toista tai useampaa kertaa vierailulta kriittisempiä vastaanoton palvelua arvioiessaan. Hotellissa vierailun määrän ja vastaanoton palvelun arvion välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta ($p=0,011$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, s. 50; liite 4, s. 61.)



Kuvio 27. Kyselyyn vastanneiden mielipide vastaanoton palvelusta hotellissa vierailun määrän mukaan ryhmiteltynä

Hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista kassan palvelua kommentoineista 52 % piti kassan palvelua hyvänä, 35 % erinomaisena ja 13 % tyydyttävänä. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 77 % piti kassan palvelua hyvänä, 14 tyydyttävänä ja 9 % erinomaisena. Ensimmäistä kertaa hotellissa vierailleista ravintoloiden palvelua kommentoineista 48 % piti ravintoloiden palvelua hyvänä, 44 % erinomaisena ja yhteensä 8 % oli tyytymättömiä tai löysi jotain parannettavaa. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 64 % piti ravintoloiden palvelua hyvänä, 18 % erinomaisena, 15 % tyydyttävänä ja 3 % löysi palvelusta jotain parannettavaa. (Liite 3, s. 51–52.)

7.5 Palvelun nopeuden arviointi

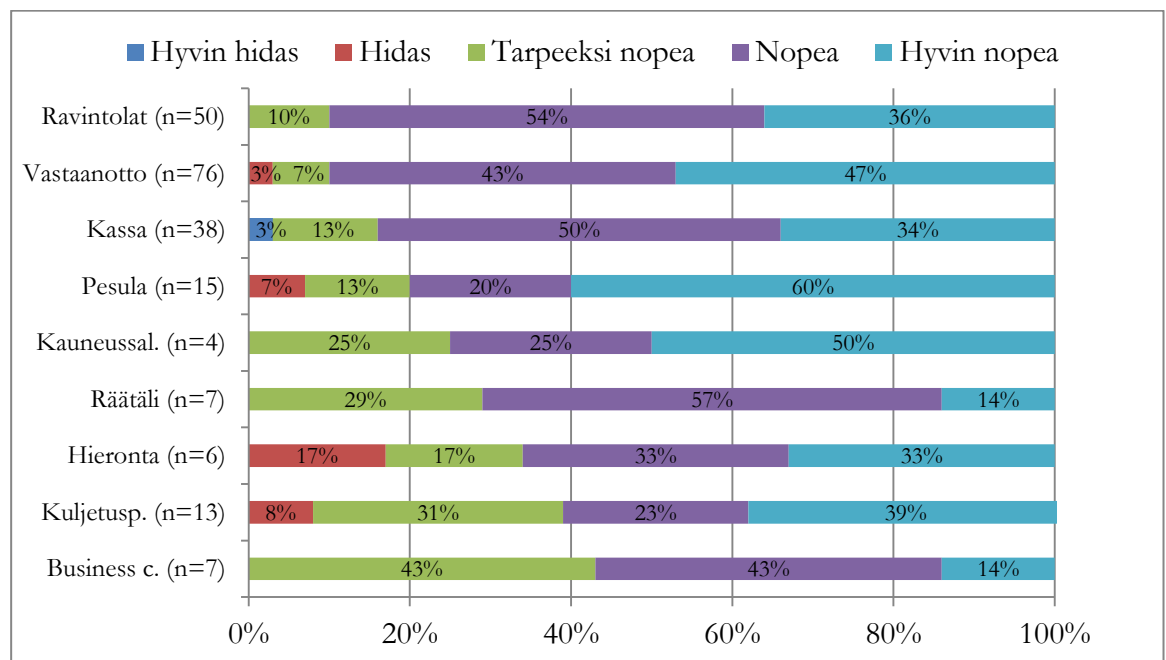
Lähes puolet (47 %) vastaajista piti vastaanoton palvelua hyvin nopeana ja 43 % nopeana. Vastaajista 7 % oli sitä mieltä, että vastaanoton palvelu oli tarpeeksi nopeaa ja 3 % koki palvelun hitaaksi. Vastaanoton palvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 4,36 eli palvelu koettiin nopeaksi. Kassan palvelua piti nopeana 50 % ja hyvin nopeana 34 % vastaajista. Vastaajista 13 % koki palvelun tarpeeksi nopeaksi ja 3 % hyvin hitaaksi. Kassan palvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 4,13, mikä tarkoittaa, että palvelu koettiin nopeaksi. Hieman yli puolet (54 %) vastaajista piti hotellin ravintoloiden palvelua nopeana ja 36 % piti palvelua hyvin nopeana. Vastaajista 10 % koki ravintoloiden palvelun tarpeeksi nopeaksi (kuvio 28). Ravintoloiden palvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 4,26 eli sekin koettiin keskimäärin nopeaksi. (Liite 2, s. 13–14, 21.)

Yli puolet (57 %) vastanneista piti räätälin palvelua nopeana ja 14 % hyvin nopeana (kuvio 28). Tarpeeksi nopeana räätälin palvelua piti 29 % vastaajista. Räätälin palvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 3,86 eli palvelu koettiin nopeaksi. Kauneussalongin palvelua piti hyvin nopeana puolet (50 %) vastanneista ja yhteensä puolet piti palvelua nopeana tai tarpeeksi nopeana. Kauneussalongin palvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 4,25, joten palvelu koettiin nopeaksi. Hierontapalvelun koki hyvin nopeaksi tai nopeaksi yli puolet (kumpikin vaihtoehto käsitti 33 % vastaajista) vastaajista. Loput vastaajista piti hierontapalvelua tarpeeksi nopeana tai hitaana (kumpikin vaihtoehto käsitti 17 % vastaajista). Hierontapalvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 3,83, joka tarkoittaa nopeaa. (Liite 2, s. 14–15, 21.)

Business centerin palvelun koki hyvin nopeaksi 14 % vastaajista, kun taas vaihtoehdot nopea ja tarpeeksi nopea käsittivät molemmat 43 % vastaajista. Business centerin palvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 3,71, joka on lähempänä nopeaa. Kuljetuspalvelua piti hyvin nopeana 39 % ja nopeana 23 % vastaajista. Tarpeeksi nopeana kuljetuspalvelua piti 31 % ja hitaana 8 % vastaajista. Kuljetuspalvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 3,92 eli se koettiin nopeaksi. Yli puolet (60 %) vastanneista piti pesulapalvelua hyvin nopeana ja 20 % nopeana. Tarpeeksi nopeana pesulapalvelua piti 13 % vastaajista ja 7 % vastaajista oli sitä mieltä, että palvelu oli hidasta (kuvio 28). Pesulapalvelun nopeuden keskiarvoksi saatiin 4,33, joten myös pesulan palvelu koettiin nopeaksi. (Liite 2, s. 15–16, 21.)

Vastaajat saivat arvioida palvelun nopeutta myös vapaasti (liite 5, s. 3). Palvelun nopeudesta sanottiin seuraavaa: ”huonepalvelu oli todella nopea tulemaan ja poistamaan rikkiäisen lu-

kon matkalaukustani” ja ”kaikki olivat todella nopeita ja kohteliaita, ravintoloiden henkilökunta oli hyvin ystävällistä”.



Kuvio 28. Kyselyyn vastanneiden mielipide palvelun nopeudesta

Taustamuuttujien välillä ei havaittu eroja palvelun nopeuden arvioinnissa. Sukupuolen, luokitellun iän, matkan tarkoituksen ja monettako kertaa vieraili Narai hotellissa, vertailut palvelun nopeuden arvioinnista löytyvät liitteestä 3 (s. 6–7, 20–21, 34–36, 52–54).

7.6 Ravintoloiden arviointi

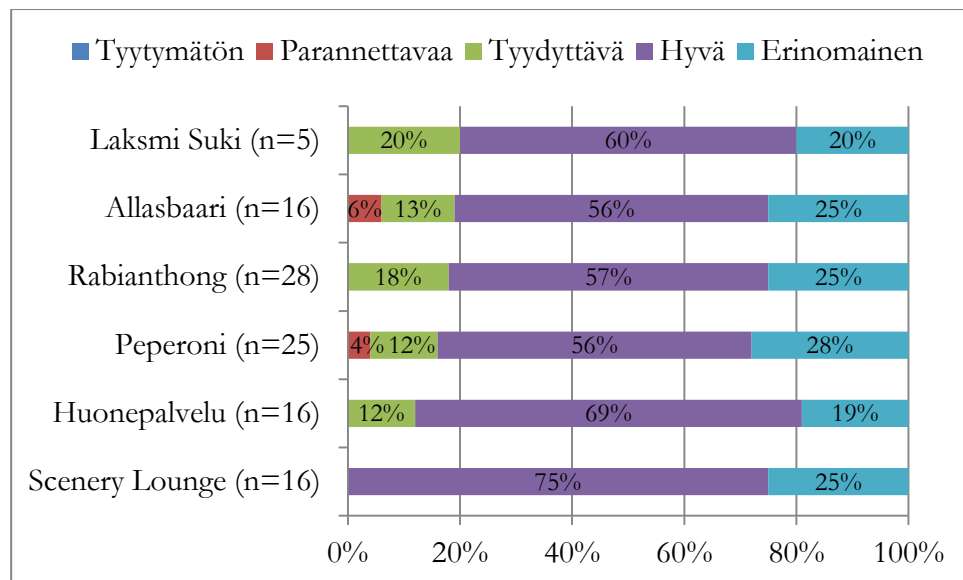
Ravintola Rabianthongin ruokaa ja juomaa piti erinomaisena 25 % ja hyvänä 57 % kyselyyn vastanneista (kuvio 29). Tyydyttäväksi ruoan ja juoman koki 18 % vastaajista. Peperonin ruokaa ja juomaa piti erinomaisena 28 % ja hyvänä 56 % vastaajista. Tyydyttävänä ruokaa ja juomaa piti 12 % vastaajista. Parannettavaa Peperonin ruoasta ja juomasta löysi 4 % vastaajista. Yli puolet (60 %) vastaajista piti ravintola Laksmi Sukin ruokaa ja juomaa hyvänä. Sekä erinomainen että tyydyttävä vaihtoehto saivat 20 % vastaajista. (Liite 2, s. 16–17.)

Scenery Lounge ravintolan ruokaa ja juomaa piti erinomaisena neljäsosa (75 %) vastaajista ja hyvänä kolme neljäsosaa (75 %) vastaajista. Hieman yli puolet (56 %) vastaajista piti allasbaarin ruokaa ja juomaa hyvänä. Erinomaisena ruokaa ja juomaa piti 25 % ja tyydyttävänä 13 %

vastaajista. Parannettavaa allasbaarin ruoasta ja juomasta löysi 6 % vastaajista. Yli puolet (69 %) kyselyyn vastanneista piti huonepalvelun ruokaa ja juomaa hyvänä. Erinomaisena ruokaa ja juomaa piti 19 % ja tyydyttävänä 12 % vastaajista (kuvio 29). (Liite 2, s. 17–18.)

Kaikkien ravintoloiden ruoka ja juoma koettiin keskimäärin hyväksi: Rabianthong (4,07), Peperoni (4,08), Laksmi Suki (4,00), Scenery Lounge (4,25), allasbaari (4,00) ja huonepalvelu (4,06). Suluissa on esitetty keskiarvot. (Liite 2, s. 21.)

Vastaajat saivat kommentoida ravintoloiden ruokaa ja juomaa myös vapaasti (liite 5, s. 3–4). Hotellin aamiaista keuhuttiin ja kritisoiitiin. Aamiaista keuhuttiin erinomaiseksi ja vaihtoehtoja oli paljon. Kritiikkiä saivat liian iso aamiaistila, ylikypsennetyt pekoni sekä raa'at ja kylmät kananmunat. Huonepalvelun ruokalistaan toivottiin enemmän eurooppalaisia vaihtoehtoja ja allasbaarin drinkkejä sanottiin surkeiksi.



Kuvio 29. Kyselyyn vastanneiden mielipide ruoasta ja juomasta hotellin eri ravintoloissa

Ravintola Rabianthongin ruokaa ja juomaa piti hyvänä puolet (50 %) miehistä ja 78 % naisista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Miehistä 33 % piti Rabianthongin ruokaa ja juomaa erinomaisena ja vastaavasti naisista 11 %. Tyydyttävänä ruokaa ja juomaa piti 17 % miehistä ja 11 % naisista. Ravintola Peperonin ruokaa ja juomaa piti hyvänä 54 % miehistä 64 % naisista. Erinomaisena ravintolan ruokaa ja juomaa piti 23 % miehistä ja 27 % naisista. Miehistä 23 % piti ruokaa ja juomaa tyydyttävänä ja 9 % naisista löysi siitä jotain parannettavaa. Drinkkiravintola Scenery Loungen ruokaa ja juomaa piti hyvänä 80 % miehistä ja 67 % naisista. Erinomaisena ruokaa ja juomaa piti 20 % miehistä ja 33 % naisista. Ravintoloiden ruo-

kaa ja juomaa arvioitaessa voidaan huomata, että naiset ovat hieman miehiä kriittisempiä. (Liite 3, s. 8–9.)

Ravintola Rabianthongin ruokaa ja juomaa piti hyvänä 63 % 30–49 -vuotiaista ja 61 % yli 49 -vuotiaista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Erinomaisena ravintolan ruokaa ja juomaa piti 50 % alle 30 vuotiaista, 25 % 30–49 -vuotiaista ja 22 % yli 49 -vuotiaista. Tyydyttävänä ruokaa ja juomaa Rabianthongissa piti 50 % alle 30 -vuotiaista, 12 % 30–49 -vuotiaista ja 17 % yli 49 -vuotiaista. Ravintola Peperonin ruokaa ja juomaa piti hyvänä 80 % alle 30 -vuotiaista, 60 % 30–49 -vuotiaista ja 44 % yli 49 -vuotiaista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Erinomaisena ravintolan ruokaa ja juomaa piti 20 % sekä alle 30 vuotiaista että 30–49 -vuotiaista ja 33 % yli 49 -vuotiaista. Tyydyttävänä ruokaa ja juomaa Peperonissa piti 10 % 30–49 -vuotiaista ja 22 % yli 49 -vuotiaista. Parannettavaa ravintolan palvelusta löysi 10 % 30–49 -vuotiaista. (Liite 3, s. 22.)

Työmatkalla olleista Ravintola Rabianthongin ruokaa ja juomaa kommentoineista 40 % piti ravintolan ruokaa ja juomaa erinomaisena, 20 % hyvänä ja 40 % tyydyttävänä. Lomamatkalla olleista taas 63 % piti Rabianthongin ruokaa ja juomaa hyvänä, 23 % erinomaisena ja 14 % tyydyttävänä. Työmatkalla olleet olivat kriittisempiä kuin lomatkalla olleet. Matkan tarkoituksen ja mielipiteen ravintola Rabianthongin ruoasta ja juomasta välillä ei kuitenkaan esiinny tilastollista riippuvuutta ($p=0,487$, Monte Carlo -testi). Työmatkalaisista ravintola Peperonin ruokaa ja juomaa kommentoineista 67 % piti ravintolan ruokaa ja juomaa hyvänä ja 33 % erinomaisena. Lomamatkalaisista 57 % piti Peperonin ruokaa ja juomaa hyvänä, 24 % erinomaisena, 14 % tyydyttävänä ja 5 % löysi jotain parannettavaa. (Liite 3, s. 36–37.)

Ensimmäistä kertaa Narai hotellissa vierailleista ravintola Rabianthongin ruokaa ja juomaa kommentoineista 67 % piti ruokaa ja juomaa hyvänä ja 33 % erinomaisena. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 47 % piti Rabianthongin ruokaa ja juomaa hyvänä, 29 % tyydyttävänä ja 24 % erinomaisena. Ensimmäistä kertaa hotellissa vierailleista ravintola Peperonin ruokaa ja juomaa kommentoineista 46 % piti ravintolan ruokaa ja juomaa hyvänä, 39 % erinomaisena ja 15 % tyydyttävänä. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 64 % piti Peperonin ruokaa ja juomaa hyvänä, 18 erinomaisena, 9 % tyydyttävänä ja toiset 9 % löysi ruoasta ja juomasta parannettavaa. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleet ovat olleet ravintoloiden suhteen selvästi kriittisempiä, kuin ensimmäistä kertaa vierailleet. (Liite 3, s. 54–56.)

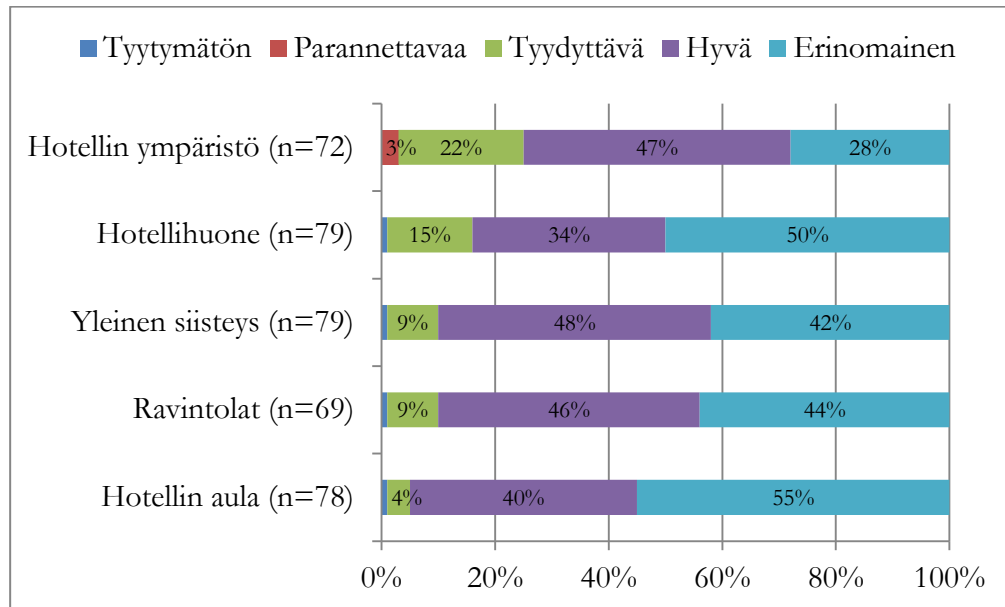
7.7 Siisteyden arviointi

Hotellin yleistä siisteyttä piti hyvänä 48 % ja erinomaisena 42 % vastaajista (kuvio 30). Tyydyttäväksi yleisen siisteyden koki 9 % vastaajista. Vastaajista 1 % oli täysin tyytymättömiä yleiseen siisteyteen. Hieman yli puolet (55 %) vastaajista piti hotellin aulan siisteyttä erinomaisena ja hyvän arvosanan sille antoi 40 % vastaajista. Tyydyttävänä aulan siisteyttä piti 4 % vastaajista ja täysin tyytymättömiä oli 1 % vastaajista. Ravintoloiden siisteyttä piti hyvänä 46 % ja erinomaisena 44 % vastaajista. Tyydyttävänä ravintoloiden siisteyden koki 9 % vastaajista. Tyytymättömiä ravintoloiden siisteyteen oli 1 % vastanneista. (Liite 2, s. 18–19.)

Lähes puolet (47 %) vastaajista piti hotellin ympäristön siisteyttä hyvänä. Erinomaisena ympäristön siisteyttä piti 28 % ja tyydyttävänä 22 % vastaajista. Parannettavaa ympäristön siisteydestä löysi 3 % vastanneista. Puolet (50 %) kyselyyn vastanneista piti hotellihuoneen siisteyttä erinomaisena. Hyvänä hotellihuoneen siisteyttä piti 34 % ja tyydyttävänä 15 % vastaajista. Tyytymättömiä hotellihuoneen siisteyteen oli 1 % vastaajista (kuvio 30). (Liite 2, s. 19.)

Hotellin eri osien siisteys koettiin keskimäärin hyväksi: yleinen siisteys (4,29), hotellin aula (4,47), ravintolat (4,30), hotellin ympäristö (4,00) ja hotellihuone (4,30). Suluissa on esitetty keskiarvot. (Liite 2, s. 21.)

Vastaajat saivat kommentoida hotellin siisteyttä myös vapaasti (liite 5, s. 4). Kritiikkiä annettiin seuraavasti: ”hotellissa on likaiset seinät ja lattiamatot kaikkialla”, ”kylpyhuoneen kaakelin välit ovat likaiset”, ”kylpyhuoneen peili oli likainen saapumisesta lähtien ja suihku hieman homeinen” ja ”huone savun täyteinen”. Kuitenkin ”huonetta siivonneet naiset olivat hyvin ystävällisiä”.



Kuvio 30. Kyselyyn vastanneiden mielipide hotellin siisteydestä/puhtaudesta

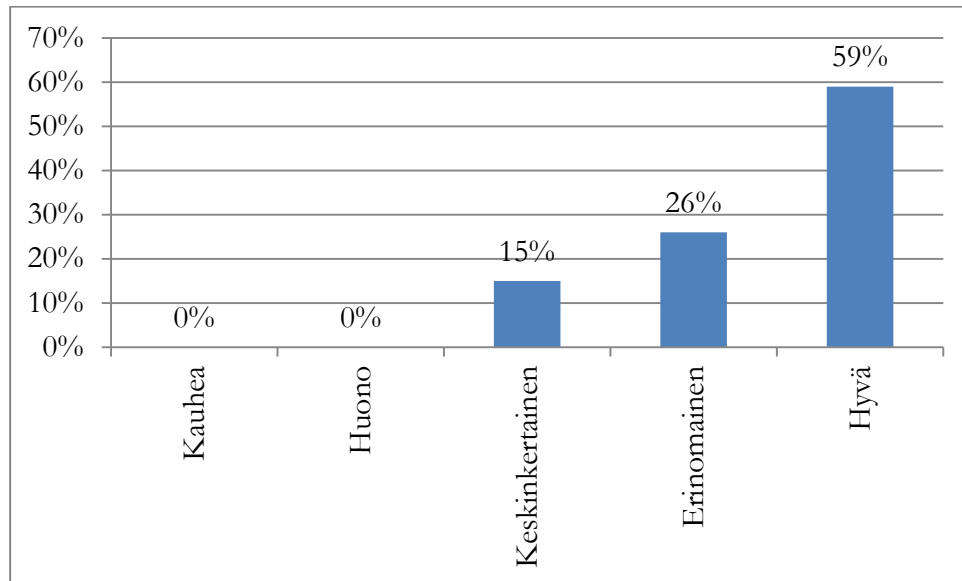
Siisteyden arvioinnissa ei taustamuuttujien välillä havaittu eroja. Sukupuolten, luokitellun iän, matkan tarkoituksen ja monettako kertaa vieraili Narai hotellissa, vertailut siisteyden arviointiin löytyvät liitteestä 3 (s. 9–11, 23–26, 38–41, 56–60).

Thai-kulttuurin ilmeneminen palvelussa

Vastaajia pyydettiin kertomaan huomasivatko he thai-kulttuurin vaikutuksen eri palvelutilanteissa ja miten se niissä ilmeni (liite 5, s. 4–5). Yleisesti ottaen vastaajat kertoivat, että thai-kulttuuri ilmeni wai-tervehdyksenä ja hymynä, henkilökunnan ystävällisyydessä ja vieraanvieraaisuudessa sekä hotellin yleisilmeessä, kuten maalauksissa. Eräs vastaaja kertoi, että thai-kulttuurin vaikutus ei ollut niin ilmeinen kuin muilla alueilla, joissa olivat viipyneet. Toinen kertoi, että ”hotellin yleisilme näyttää enemmän kiinalaiselta kuin thaimaalaiselta”.

7.8 Hotellin kokonaisuuden arviointi, paluu asiakkaaksi ja hotellin suositteleminen

Yli puolet (59 %) vastaajista piti Narai hotellia kokonaisuudeltaan hyvänä ja 26 % erinomaisena. Keskinäisenä hotellia kokonaisuudeltaan piti 15 % vastaajista. Kukaan vastaajista ei kokenut Narain kokonaisuutta negatiivisena, kuten kuviosta 31 voidaan todeta. Vastauksien keskiarvoksi saatiin 4,11 eli vastaajat pitivät Narai hotellia keskimäärin hyvänä. (Liite 2, s.20.)



Kuvio 31. Kyselyyn vastanneiden mielipide Narai hotellista kokonaisuutena (n=80)

Narai hotellia piti kokonaisuudessaan hyvänä 53 % miehistä ja 67 % naisista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Erinomaisena hotellia kokonaisuudessaan piti 32 % miehistä ja 20 % naisista. Miehistä 15 % taas piti hotellia kokonaisuudessaan keskinkertaisena ja naisista 13 %. Erot sukupuolten välillä eivät ole suuria, kun tarkastellaan myönteisiä vaihtoehtoja yhdessä. (Liite 3, s. 11.)

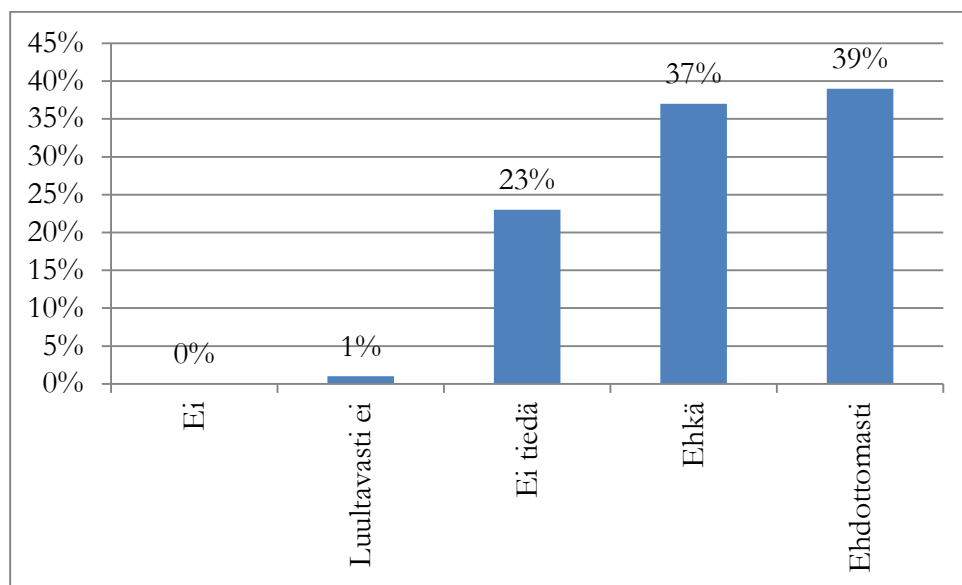
Narai hotellia piti kokonaisuudeltaan hyvänä 77 % alle 30 -vuotiaista, 52 % 30–49 -vuotiaista ja 57 % yli 49 -vuotiaista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Erinomaisena hotellia kokonaisuudessaan piti 23 % alle 30 -vuotiaista, 32 % 30–49 -vuotiaista ja 23 % yli 49 -vuotiaista. Keskinkertaiseksi hotellin kokonaisuudeltaan koki 16 % 30–49 -vuotiaista ja 20 % yli 49 -vuotiaista. Tässäkin huomataan, että vanhemmat vastaajat ovat olleet kriittisempiä kuin nuoret vastaajat. (Liite 3, s. 26.)

Kysymykseen Narai hotellista kokonaisuutena vastanneista työmatkalaisista 86 % piti Narai hotellia kokonaisuudeltaan hyvänä ja 14 % erinomaisena. Lomamatkalaisista taas 58 % piti hotellia kokonaisuudeltaan hyvänä, 27 % erinomaisena ja 15 % keskinkertaisena. Lomamatkalla olleet olivat työmatkalaisia kriittisempiä arvioidessaan hotellia kokonaisuutena. (Liite 3, s. 41.)

Ensimmäistä kertaa Narai hotellissa vierailleista hotellin kokonaisuutta kommentoineista 45 % piti Narai hotellia kokonaisuudeltaan hyvänä, 36 % erinomaisena ja 19 % keskinkertaisena. Toista tai useampaa kertaa Narai hotellissa vierailleista 72 % piti hotellia kokonaisuudel-

taan hyvänä, 17 % erinomaisena ja 11 % keskinkertaisena. Ensimmäistä kertaa hotellissa vierailleet olivat hieman kriittisempiä arvioidessaan Narai hotellia kokonaisuutena. (Liite 3, s. 60–61.)

Kysyttäessä aikovatko vastaajat vierailla Narai hotellissa uudestaan, valitsi 39 % vastaajista vaihtoehdon ehdottomasti (kuvio 32). Vastaajista 37 % aikoi ehkä vierailla Narai hotellissa uudestaan ja 23 % ei tiennyt vielä. Vain 1 % vastaajista ei luultavasti aio vierailla Narai hotellissa uudestaan. Vaihtoehtoa ei, taas ei valinnut kukaan vastaajista. Vastauksien keskiarvoksi saatiin 4,14 eli keskimäärin vastaajat aikovat ehkä vierailla hotellissa uudestaan. (Liite 2, s. 20–21.)



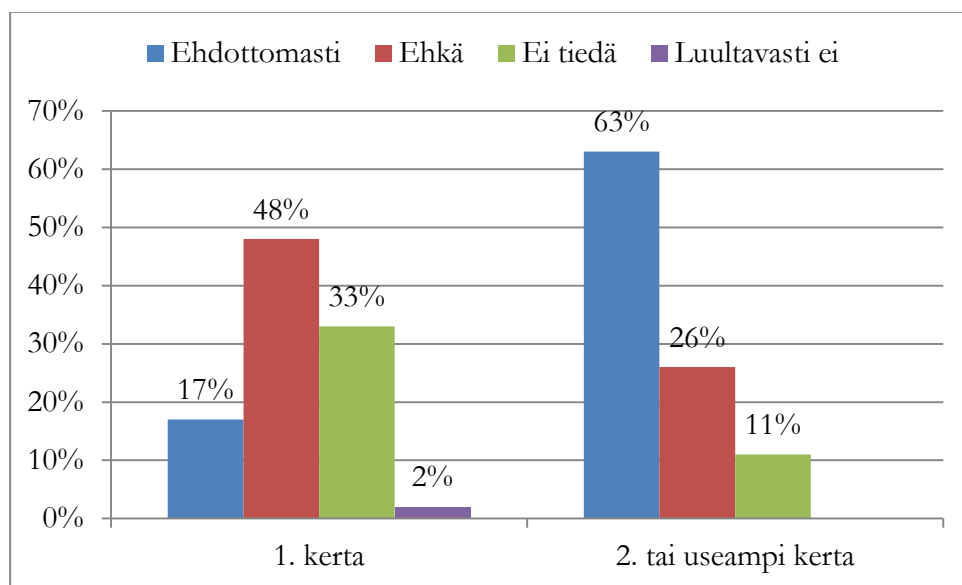
Kuvio 32. Kyselyyn vastanneiden mahdollinen paluu asiakkaaksi (n=79)

Miehistä 46 % aikoo ehdottomasta vierailla Narai hotellissa uudestaan ja naisistakin 31 %. Hotellissa aikoo ehkä vierailla uudestaan 38 % miehistä ja 31 % naisista. Miehistä 17 % ei tiennyt aikooko vierailla hotellissa uudestaan ja naisista 35 %. Naisista 3 % ei luultavasti vieraile hotellissa uudestaan. Naiset olivat tässä hieman miehiä kriittisempiä. (Liite 3, s. 12.)

Narai hotellissa aikoi ehdottomasti vierailla uudestaan 23 % alle 30 -vuotiaista, 39 % 30–49 -vuotiaista ja 47 % yli 49 -vuotiaista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Hotellissa aikoi ehkä vierailla uudelleen 54 % alle 30 -vuotiaista, 39 % 30–49 -vuotiaista ja 27 % yli 49 -vuotiaista. Uudelleen vierailustaan ei tiennyt vielä 23 % alle 30 -vuotiaista, 19 % 30–49 -vuotiaista ja 26 % yli 49 -vuotiaista. Luultavasti ei -vaihtoehdon, valitsi vain 3 % 30–49 vuotiaista vastaajista. (Liite 3, s. 26–27.)

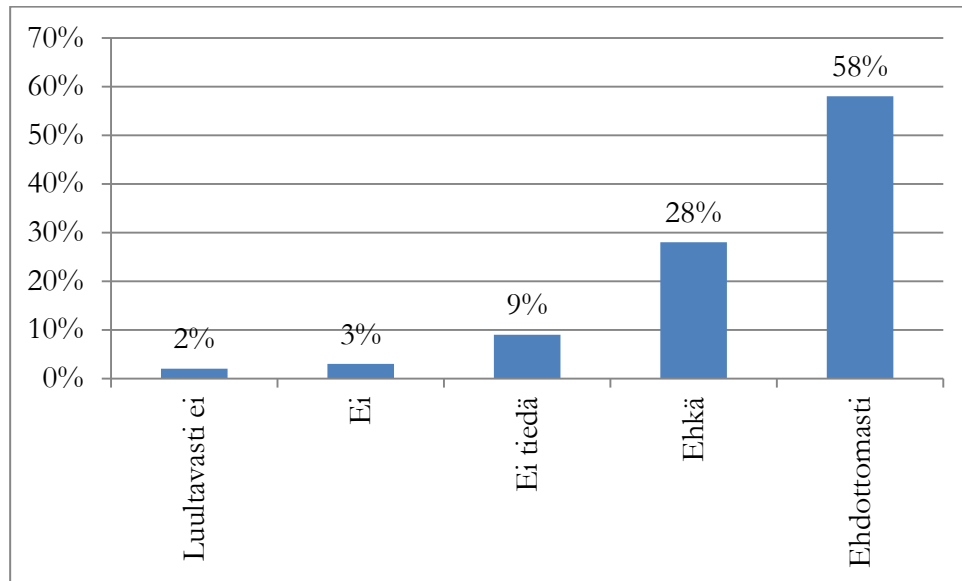
Kysymykseen mahdollisesta hotellissa uudelleen vierailusta vastanneista työmatkalaisista 86 % aikoi vierailla Narai hotellissa ehdottomasti uudestaan ja 14 % ei tiennyt vielä. Lomamatkalla olleista taas 35 % aikoi vierailla hotellissa ehdottomasti uudestaan, 41 % aikoi ehkä vierailla, 23 % ei tiennyt vielä ja 1 % ei luultavasti vieraile hotellissa uudestaan. Työmatkalla olleet aikaivat todennäköisemmin vierailla hotellissa uudestaan. (Liite 3, s. 42.)

Hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista kysymykseen uudelleen tulostaan vastanneista 48 % aikoi ehkä vierailla Narai hotellissa uudestaan, 17 % aikoi ehdottomasti vierailla uudestaan, 33 % ei tiennyt vielä ja 2 % ei luultavasti aio vierailla hotellissa uudestaan (kuvio 33). Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 63 % aikoi ehdottomasti vierailla hotellissa uudestaan, 26 % aikoi ehkä vierailla uudestaan ja 11 % ei tiennyt vielä vierailustaan. Aiemmin hotellissa vierailleet aikaivat todennäköisemmin vierailla Narai hotellissa uudestaan kuin ensimmäistä kertaa hotellissa vierailleet. Hotellissa vierailun määrän ja uudelleen vierailun välillä esiintyy tilastollista riippuvuutta ($p=0,000$, Monte Carlo -menetelmä). (Liite 3, 61–62.)



Kuvio 33. Kyselyyn vastanneiden mahdollinen paluu asiakkaaksi ensimmäistä tai useampaa kertaa hotellissa vierailleiden mukaan

Vastanneista yli puolet (58 %) aikoi suositella Narai hotellia tuttavilleen ja sukulaisilleen, kuten alla olevasta kuviosta 34 käy ilmi. Vastaajista 28 % aikoi ehkä suositella hotellia ja 9 % ei tiennyt vielä. Vastaajista vain 5 % oli vastannut negatiivisesti, joista 2 % ei luultavasti aikonut suositella hotellia ja 3 % ei aikonut suositella hotellia. Vastauksien keskiarvoksi saatiin 4,37 eli vastaajat aikovat keskimäärin ehkä suositella hotellia tuttavilleen. (Liite 2, s. 20–21.)



Kuvio 34. Kyselyyn vastanneiden aikomus suositella hotellia tuttaville ja sukulaisille (n=81)

Narai hotellia aikoo suositella tuttavilleen 67 % miehistä ja 50 % naisista. Miehistä 27 % aikoo ehkä suositella hotellia tuttavilleen ja naisista 33 %. Suosittelustaan ei tiennyt vielä 4 % miehistä ja 10 % naisista. Hotellia ei luultavasti aio suositella 2 % miehistä ja 3 % naisista. Hotellia ei aikonut suositella ollenkaan 3 % naisista. Tässäkin huomaa, että naiset ovat miehiä kriittisempiä. (Liite 3, s. 12–13.)

Narai hotellia aikoi ehdottomasti suositella tuttavilleen 38 % alle 30 -vuotiaista, 65 % 30–49 -vuotiaista ja 61 % yli 49 -vuotiaista, jotka olivat vastanneet kysymykseen. Hotellia aikoi ehkä suositella tuttavilleen 62 % alle 30 -vuotiaista, 23 % 30–49 -vuotiaista ja 22 % yli 49 -vuotiaista. Suosittelustaan ei tiennyt vielä 6 % 30–49 -vuotiaista ja 11 % yli 49 -vuotiaista. Hotellia ei luultavasti aio suositella 3 % sekä 30–49 -vuotiaista että yli 49 -vuotiaista. Hotellia ei aikonut suositella ollenkaan 3 % sekä 30–49 -vuotiaista että yli 49 -vuotiaista. Kriittisempiä ovat jälleen olleet vanhemmat vastaajat. (Liite 3, s. 27.)

Kysymykseen hotellin suosittelusta vastanneista työmatkalaisista 71 % aikoi ehdottomasti suositella Narai hotellia tuttavilleen ja 29 % aikoi ehkä suositella hotellia. Lomamatkalla olleista taas 59 % aikoi ehdottomasti suositella hotellia tuttavilleen, 29 % aikoi ehkä suositella hotellia, 9 % ei tiennyt vielä, 3 % ei luultavasti suosittelle ja 1 % ei aikonut suositella hotellia lainkaan. Työmatkalla olleet suosittelevat todennäköisemmin hotellia tuttavilleen. (Liite 3, s. 42–43.)

Narai hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista kysymykseen hotellin suositelusta vastanneista 55 % aikoi ehdottomasti suositella Narai hotellia tuttavilleen, 29 % aikoi ehkä suositella hotellia, 14 % ei tiennyt vielä ja 2 % ei aikonut suositella hotellia ollenkaan. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleista 62 % aikoi ehdottomasti suositella hotellia tuttavilleen, 27 % aikoi ehkä suositella, 3 % ei tiennyt vielä, 5 % ei luultavasti aio suositella hotellia ja 3 % ei aikonut suositella hotellia ollenkaan. (Liite 3, s. 62.)

Vastaajia pyydettiin kommentoimaan hotellia vapaasti ja antamaan kehitysehdotuksia hotellille (liite 5, s. 5–6). Vastaajilta saatiin seuraavanlaisia kehitysehdotuksia: ”huoneessa tulisi olla vaaka ja silityslauta ja -rauta”, ”avainkortit huoneisiin ennemmin kuin avaimet” ja ”taustamusiikki kuntosalilla olisi mukavaa, on hyvä, että huoneessa on ilmaista vettä, ilmastointi hotellin yleistiloissa on liian kylmällä (pientämällä säästätte rahaa), uima-altaan vesi voisi olla kylmempää (vastakohtana kuumuudelle)”.

Eräällä asiakkaalla oli ollut todella huono kokemus:

”Asuin kolmannessa kerroksessa (tupakoimaton kerros) ja kuitenkin eräs vieras samassa kerroksessa tupakoi koko vierailuni ajan. Otin yhteyttä vastaanottoon ja huonepalveluun, mutta asialle ei tapahtunut mitään. Tupakoitsija olisi pitänyt sijoittaa tupakoijien kerrokseen hotellin kustannuksella. Tulen takaisin kolmen päivän päästä ja toivon, että jotain on tehty tämän epämiellyttävän tilanteen parantamiseksi. On ollut todella epämiellyttävää nukkua savun hajussa. Hotellin vastuuttomuus tässä tilanteessa on ollut todella surkeaa.”

Toinen ei ollut tyytyväinen vastaanoton palveluun:

”Kokemukseni mukaan vastaanoton henkilökunta ei ole kovin ystävällistä. Pyysin kolme kertaa vahvistamaan lentoni, ensin se oli liian aikaista, sitten vaikeaa. Lopulta palvelutoimisto hoiti asian.”

Kritiikkiä tuli myös seuraavasti: ”hotelli kaiken kaikkiaan likainen, aulassa haisee; kaipaa perusteellista siivousta, seinät ja matot kuluneita ja likaisia kaikkialla, huoneessa ei kelloa, ei todellakaan 4 tähden arvoinen” ja ”kylpyhuone on vanha, kosteus ei poistu, huone haisi savulta, toisen kerroksen huoneesta ei näköalaa”.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

8.1 Yhteenvedo ja pohdinta

Opinnäytetyöprosessi lähti käyntiin joulukuussa 2010, kun saimme tietää, että pääsemme Thaimaahan, Narai hotelliin, suorittamaan työharjoittelujaksoa. Silloin päätimme, että opinnäytetyön voisi tehdä harjoittelupaikkaan ja aloimme suunnitella asiakastytytyväisyystutkimusta hotelliin. Tuolloin mietimme mitä asioita käsittelemme tutkimuksen teoriaosuudessa ja aloimme suunnitella kyselylomaketta asiakkaille. Työharjoittelu vei suuren osan ajastamme, joten kyselylomakkeen laatiminen venähti ja saimme sen jakoon vasta huhtikuun alussa. Lomakkeita jaettiin vastaanotossa ja suoraan hotellihuoneisiin kahden kuukauden ajan.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, ovatko asiakkaat tyytyväisiä Narai hotelliin ja sen tarjoamiin palveluihin ja missä asioissa olisi parannettavaa. Asiakastytytyväisyyden selvittäminen oli jäänyt hotellissa aiemmin puolitiehen työntekijöiden passiivisuuden vuoksi. Tämän vuoksi asiakastytytyväisyystutkimus oli hotellille hyvinkin ajankohtainen ja tarpeellinen. Tutkimuksen avulla haluttiin löytää myös kehittämisehdotuksia hotellille, jotta se voisi tulevaisuudessa vastata paremmin asiakkaidensa tarpeisiin ja odotuksiin.

Monet vastaajat olivat jättäneet vastaamatta useisiin suljettuihin kysymyksiin, joten vastaajamäärät tiettyihin kysymyksiin ja kohtiin jäivät pieneksi. Tämän takia osa tuloksista voi olla vääristyneitä. Tulokset ovat yleisesti ottaenkin lähinnä suuntaa antavia otoskoon jäätyä melko pieneksi. Tutkimusta voidaan kuitenkin pitää pätevänä, sillä siinä mitattiin niitä asioita, joita oli tarkoituskin mitata.

Tutkimuksen tuloksista ilmeni, että vastaajista yli puolet oli miehiä. Vastaajista suurin osa oli yli 30 -vuotiaita ja vastaajien iän keskiarvoksi saatiin 45 vuotta. Ikäryhmien ja sukupuolen välillä ei ollut suuria eroavaisuuksia muuten kuin yli 49 -vuotiaiden kohdalla, jossa miesten osuus oli jopa 81 %. Tämä voi selittyä sillä, että useat vanhemmat miehet matkustavat yksin Thaimaahan hakemaan seuraa, sillä maa on kuuluisa seksiturismistaan.

Vastaajat tulivat yhteensä 24 eri maasta. Selvästi eniten vastaajia oli Australiasta ja Saksasta, muutoin vastaajien määrä maittain jäi melko pieneksi. Saksa onkin yksi merkittävistä markkinoista Thaimaan matkailulle. Maanosittain vastaajia oli selkeästi eniten Euroopasta, mikä selittyy sillä, että Euroopasta on hyvät lentoyhteydet Kaakkois-Aasiaan ja Thaimaa on mo-

nissa maissa suosittu lomakohde. Suurimmalla osalla matkantarkoitus oli lomamatka ja työmatkalaisia oli vain pieni osa. Vastaajista hieman alle puolet oli majoittunut Narai hotellissa aiemminkin, mikä voi osaltaan vaikuttaa siihen, että hotelliin ja sen palveluihin oltiin suurimmalta osin tyytyväisiä. Aiemmin hotellissa vierailleille on jo muodostunut tietynlainen mielikuva yrityksestä ja tämän vuoksi he eivät ole todennäköisesti yhtä kriittisiä arvioidessaan hotellia. Vastaajien keskimääräinen viipymä hotellissa oli kolme yötä. Tämä selittynee sillä, että Bangkok on monelle Thaimaan matkailijalle välietappi, johon pysähdytään esimerkiksi ennen paluulentoa pariksi päiväksi kulttuurin ja ostosmahdollisuuksien vuoksi.

Työmatkalla olleista yli puolet oli yli 49 -vuotiaita. Myös toista tai useampaa kertaa vierailleista yli puolet oli yli 49 -vuotiaita, kun vastaavasti ensimmäistä kertaa vierailleista puolet oli 30–49 -vuotiaita. Vanhemmat henkilöt ovat luonnollisesti ehtineet matkustella kauemmin, joten Thaimaa ja Narai hotelli voivat olla heille tutumpia kuin nuoremmille. Työmatkalla olleista suurin osa oli Narai hotellissa toista tai useampaa kertaa, kun vastaavasti yli puolet lomamatkalaisista oli hotellissa ensimmäistä kertaa. Työmatkalaiset ja iäkkäämmät matkustajat usein suosivat tuttua ja hyväksi havaittua hotellia matkoillaan. Lomamatkalaiset ja nuoremmat matkustajat taas suosivat usein uutta ja erilaista, sillä he haluavat nähdä ja kokea uusia paikkoja lomallaan.

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta. Lomamatkalaisista kolme neljäsosaa oli varannut huoneen matkatoimiston kautta, kun taas työmatkalaisista kukaan ei ollut käyttänyt matkatoimistoa varauksentekoväylänä vaan puolet oli varannut huoneen muuta kautta. Lomamatkalaiset ovat luultavimmin olleet pakettimatalla, mikä selittää matkatoimiston suurimpana varauksentekoväylänä. Työmatkalaiset taas luultavasti varaavat lennot ja hotellihuoneen erikseen ja omatoimisesti.

Alle 49 -vuotiaista noin kolme neljäsosaa oli varannut hotellihuoneen matkatoimiston kautta, kun taas yli 49 -vuotiaista vain hieman yli puolet oli käyttänyt matkatoimistoa ja noin kolmasosa muuta varauksentekoväylää. Alle 30 -vuotiaista 14 % ei ollut varausta ollenkaan, mikä voi tarkoittaa, että he olivat reppureissaajia. Yleensäkin nuoret ovat vanhempaa ikäväestöä ”spontaanimpia” matkustaessaan. Hotellissa ensimmäistä kertaa vierailleista suurin osa oli käyttänyt matkatoimistoa varauksentekoväylänä, kun toista tai useampaa kertaa vierailleista noin puolet oli käyttänyt matkatoimistoa ja noin kolmasosa muuta varauksentekoväylää. Voisi olettaa, että toista tai useampaa kertaa vierailleet ovat ”rohkeampia” varaamaan hotellin omatoimisesti, koska heillä on jo aiempaa kokemusta hotellista.

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli valinnut Narai hotellin hyvän sijainnin vuoksi. Hotelli sijaitseekin vain parin minuutin kävelymatkan päässä lähimmältä skytrain-pikajuna -asemalta, jolla pääsee alle viidessä minuutissa suurimpiin ostoskeskuksiin. Hotellin ympäristö on kuitenkin suhteellisen rauhallinen öisin vaikka hotelli sijaitsee keskustassa. Narai hotellin filosofian mukaan sijainti onkin yksi palvelun elementeistä ja se voi itsessään tuottaa asiakkaalle tyytyväisyyttä, kun nähtävyydet ja palvelut löytyvät läheltä. Huoneen hinta oli vaikuttanut toiseksi eniten hotellin valintaan, siitäkin huolimatta, että hotelli ei kaikkein halvimmasta päästä koko Bangkokia ajatellen ole. Vastaajista lähes puolet oli majoittunut standard -huoneessa ja reilu kolmasosa superior -huoneessa. Tasokkaammissa huoneissa oli majoittunut vain pieni osa. Huonetyypin valintaan on voinut vaikuttaa hinnan lisäksi se, että asiakkaat ovat olleet pakettimatalla. Lomamatkalaiset oleskelevat huoneessa suhteellisen vähän, jolloin huonetyypiksi valitaan mieluiten huokein ja yksinkertaisin vaihtoehto.

Huoneen varustetasoa ja mukavuutta pidettiin keskimäärin hyvänä. Vain pieni osa vastaajista löysi jotain parannettavaa huoneen varustetasosta ja mukavuudesta tai oli täysin tyytymättömiä varustetasoon. Eniten oli kritisoitu huoneen ilmastointia ja tilan puutetta. Ilmastoinnin on toimittava moitteettomasti tällaisessa maassa kuin Thaimaa, sillä ulkolämpötilat hipovat parhaimmillaan 40° celsius-astetta. Toinen seikka on se, että hotellin joissain kerroksissa saa polttaa, joten ilmastoinnin tulisi todellakin toimia.

Vastaajista yli puolet oli käyttänyt Narai hotellin oheispalveluja. Lähes puolet oheispalveluja käyttäneistä oli käyttänyt hotellin uima-allasta. Ravintoloista eniten oli käytetty Scenery Loungea ja Rabianthongia. Huone-, pesula- ja kuljetuspalvelua sekä kuntosalia oli käyttänyt noin viidesosa vastaajista. Työmatkalaisista kaikki, jotka olivat kommentoineet oheispalvelujen käyttöä, olivat käyttäneet oheispalveluja. Lomamatkalaisista taas yli puolet oli käyttänyt oheispalveluja. Iäkkäämmät asiakkaat olivat käyttäneet enemmän oheispalveluja kuin nuoremmat. Työmatkalla olleet ja vanhemmat henkilöt käyttävät hotellin oheispalveluja enemmän luultavimmin sen vuoksi, että on helppoa ja vaivatonta, kun ei tarvitse poistua hotellista esimerkiksi syömään, koska palvelut voi saada myös hotellin sisältä. Toisaalta myös hinta voi vaikuttaa asiaan. Työmatkalaisten ja iäkkäämpien matkustajien ei tarvitse välttämättä ajatella budjettiaan yhtä paljon kuin lomamatkalaisten ja nuorempien matkustajien. Kaikki palvelut ovat huomattavasti kalliimpia hotellin sisällä, kun verrataan yleisiin palveluihin koko kaupungin alueella.

Kaikki Narai hotellin palvelut koettiin keskimäärin hyväksi. Voidaan olettaa, että jos palvelu koetaan hyväksi, on asiakkaan odotukset ja tarpeet ymmärretty oikein ja onnistuttu täyttää-

mään. Tällöin kaikki palvelun osatekijät eli palvelujärjestelmä on toimiva. Ainoastaan Business centerin palvelua pidettiin keskimäärin tyydyttävänä/hyvinä ja jopa puolet piti kauneussalongin palvelua sekä hierontapalvelua tyydyttävänä. Tämä voi johtua siitä, että Bangkokissa kauneushoitopalvelua ja hierontapalvelua tarjotaan paljon, jolloin hinta- ja laatu -suhteet vaihtelevat suuresti. Ihmisillä on tällöin enemmän vertailukohteita, jolloin kriittisyys lisääntyy. Naiset olivat miehiä kriittisempiä vastaanoton palvelua arvioidessaan ja toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleet taas olivat tyytyväisempiä vastaanoton palveluun kuin ensimmäistä kertaa vierailleet. Luonnollisestikaan samassa hotellissa ei vierailtaisi uudestaan, ellei siihen oltaisi tyytyväisiä.

Kaikki Narai hotellin palvelut koettiin keskimäärin nopeaksi. Vain pieni osa oli tyytymättömiä palveluiden nopeuteen. Vastaanoton ja pesulan palvelun nopeuteen oltiin tyytyväisimpiä, jos tarkastellaan keskiarvon mukaan. Palvelun nopeuteen voi olennaisesti vaikuttaa thaimaalaisten vastuuntuntemisen ja täsmällisyyden puuttuminen työelämässä. Asiat hoidetaan niin hyvin, kuin osataan tai pystytään, eikä parempaan tarvitse pyrkiä. Koska työn tulisi olla hauskaa, ei kannata turhaan stressata siitä, saako asiakas esimerkiksi hoidettua laskunsa nopeasti vai ei.

Kaikkien hotellin ravintoloiden ruoka ja juoma koettiin keskimäärin hyväksi. Scenery Lounge-drinkkibaariin oltiin tyytyväisimpiä. Vain pieni osa oli tyytymättömiä ravintoloiden ruokaan ja juomaan. Ravintoloiden ruoan ja juoman arvioinnissa naiset olivat hieman miehiä kriittisempiä ja toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleet taas olivat ensimmäistä kertaa vierailleita kriittisempiä. Ensimmäistä kertaa vierailleilla ei välttämättä ole yhtä paljon vertailukohtia ravintolaruoan suhteen kuin niillä, jotka ovat hotellissa jo aiemmin vierailleet.

Vastaajat kokivat hotellin eri osien siisteyden keskimäärin hyväksi. Ympäristön ja hotellin yleiseen siisteyteen oltiin tyytymättömiä. Kun vastaajat saivat kommentoida siisteyttä avoimesti, nousivat hotellin ja huoneen siisteyden puutteet esille. Kritisoituja asioita olivat seinien ja mattojen likaisuus kaikkialla, kylpyhuoneen likaisuus ja homeisuus sekä ongelmat ilmastoinnin kanssa. Hotellin siisteys on yksi kriittisimmistä kohdista asiakkaiden viihtyvyyden kannalta, joten sen tulisi olla kunnossa tai muutoin asiakkaat eivät tule majoittumaan hotellissa uudestaan.

Thaimaalaisen kulttuurin ilmenemisen palvelutilanteissa olivat vastaajat kokeneet lähinnä tervehdyksissä ja henkilökunnan ystävällisyytenä. Thai-kulttuuri koettiin vahvemmin toisilla

alueilla ja hotelleja pidettiin enemmän kiinalaisvaikutteisena. Myös baarin länsimaalaistyylistä musiikkia ihmeteltiin.

Narai hotelleja pidettiin kokonaisuudessaan keskimäärin hyvänä. Vanhemmat vastaajat ja ensimmäistä kertaa vierailleet olivat hieman kriittisempiä arvioidessaan hotelleja kokonaisuutena. Vanhemmilla vastaajilla voi olla enemmän kokemusta matkustelusta, joten heillä on enemmän vertailukohtia. Vastaajat aikovat keskimäärin ehkä vierailla Narai hotellissa uudestaan. Naiset olivat miehiä kriittisempiä arvioidessaan uudelleen vierailuaan. Työmatkalla olleista suurin osa aikoi ehdottomasti vierailla hotellissa uudestaan, joten voidaan olettaa, että hotelli on palveluineen ja keskeisen sijaintinsa vuoksi työmatkalaisille sopiva. Toista tai useampaa kertaa hotellissa vierailleet aikovat todennäköisemmin vierailla hotellissa uudestaan kuin ensimmäistä kertaa vierailleet. Narai hotelleja aiottiin keskimäärin ehkä suositella tuttaville ja sukulaisille. Naiset olivat jälleen hieman miehiä kriittisempiä arvioidessaan hotellin suosittelevaa, kuten myös työmatkalaiset ja iäkkäämmät vastaajat. Luulisi, että työmatkalaiset olisivat myönteisempiä hotellin suosittelevaa suhteen, kun heistä suurin osa aikoo vieraillakin hotellissa uudestaan.

Tuloksista voidaan todeta, että vastaajat olivat keskimäärin tyytyväisiä Narai hotelliin, sen tarjoamiin palveluihin, palvelun nopeuteen, hotellihuoneeseen ja hotellin siisteyteen. Parannettavaa kuitenkin on kaikilla osa-alueilla, sillä mihinkään ei oltu täysin tyytyväisiä. Parannettavaa löytyi etenkin hotellihuoneen varustetasosta sekä niin yleisestä kuin hotellihuoneen ja hotellin ympäristönkin siisteydestä. Myös kauneussalongin, Business centerin, hieronta-, kuljetus- ja räätälin palveluun sekä palvelun nopeuteen oltiin tyytymättömiä.

Kyselylomakkeet olisi voitu laittaa jakoon jo aiemmin, jotta olisi saatu suurempi otoskoko ja tuloksia olisi näin ollen voitu pitää luotettavina. Tutkimus olisi ollut mahdollista suorittaa myös haastatteluna, jolloin otoskoon ei olisi tarvinnut olla yhtä suuri kuin nyt kyselyssä. Kyselylomakkeessa oli 20 kohtaa ja monet eivät olleet vastanneet läheskään kaikkiin kysymyksiin. Lomakkeen täyttäminen oli monille siis selvästi liian aikaa vievä. Tutkimuksella haluttiin kuitenkin selvittää asiakkaiden tyytyväisyys kattavasti koko hotellin osalta, joten kysymyksiä ei olisi voinut olla yhtään vähempää. Olisi tietenkin ollut mahdollista keskittyä vain hotellin yhteen osaan, kuten esimerkiksi vastaanottoon, jolloin kysymyksiä ei olisi tarvittu yhtä paljon, mutta näin ei haluttu tällä kertaa tehdä.

Tutkimus on uudelleen toteutettavissa samalla kyselylomakkeella. Joitain muutoksia voisi lomakkeeseen kuitenkin tehdä. Varauksentekoväylää kysyttäessä monet olivat valinneet vaih-

toehdon muu, mikä? ja monet olivat tähän vastanneet esimerkiksi Agoda, joka on matkanjärjestäjä. Yhtenä vaihtoehtonahan oli matkatoimisto ja voidaan olettaa, että monet vastaajat jättivät valitsematta tämän vaihtoehdon, jos olivat varanneet matkansa matkanjärjestäjän Internet-sivujen kautta ja valitsivat sen sijaan muu, mikä? -vaihtoehdon. Yhtenä vaihtoehtona olisi voinut olla matkanjärjestäjän Internet-sivut, jotta varauksentekoväylän käyttö olisi selkeytynyt. Osa vastaajista ei ollut ymmärtänyt kysymystä thai-kulttuurin ilmenemisestä palvelutilanteissa, joten tämä kohta olisi voitu ilmaista eri tavalla. Myös kysymys oheispalvelujen käytöstä olisi voitu esittää eri tavalla. Vain yli puolet oli käyttänyt oheispalveluja vaikka todellisuudessa suurin osa on syönyt hotellin aamupalan, joka sekin on oheispalvelu. Näin ollen kysymys olisi voitu muotoilla seuraavasti: "Käyttikö Narai hotellissa majoittuessanne muita oheispalveluja aamiaisen lisäksi?" Lomakkeen alussa olisi voitu myös sanoa, että "Olkaa hyvä ja vastatkaa kaikkiin kohtiin.", jotta vastausmäärät joihinkin kohtiin eivät olisi jääneet niin pieniksi. Toisaalta tämäkään ei olisi välttämättä saanut asiakkaita vastaamaan aivan kaikkiin kohtiin.

Asiakastyytyväisyyskyselyn voisi toteuttaa hotellissa vuosittain myös siten, että eri vuosina keskittyttäisiin tiettyihin hotellin osa-alueisiin, kuten vastaanottoon tai ravintoloihin tai vaikkapa hotellin siisteyteen. Tällöin saataisiin perusteellisesti selvitettyä asiakastyytyväisyys tiettyihin osa-alueisiin ja voitaisiin keskittyä kerralla aina yhden alueen kehittämiseen.

Tulevaisuudessa ja työelämässä voimme hyödyntää opinnäytetyötä suurella todennäköisyydellä, sillä palvelualalla tutkitaan asiakastyytyväisyyttä jatkuvasti. Päivä päivältä palveluala muuttuu ja koetaan enemmän asiakaslähtöisenä. On hyödyllistä tietää mittareita ja keinoja, joilla asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata ja yhtä tärkeää on osata valita oikea menetelmä ratkaisemaan tietty ongelma.

8.2 Kehittämisehdotukset

Tutkimuksen tulosten pohjalta nousseita kehittämisen kohteita ovat erityisesti hotellin siisteys, palvelu ja sen nopeus sekä thaimaalaisen kulttuurin ilmeneminen.

Hotellin siisteys on yksi suurimmista tyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä ja tämän takia siihen olisikin kiinnitettävä erityistä huomiota. Siisteyden kohdalla erityisesti hotellin yleistä sekä ympäristön ja huoneen siisteyttä tulisi parantaa Narai hotellissa. Siivoamiseen tulisi laatia selkeät säännöt ja rutinit, jolloin jokainen työntekijä tuottaisi samanlaista jälkeä. Huoneen

siisteydessä tulisi kiinnittää huomiota kylpyhuoneeseen, sillä useat kommentit koskivat juuri sen likaisuutta. Hotellin yleisessä siisteydessä seinät ja matot nousivat kommentteissa esille, joten näihin tulisi kiinnittää paremmin huomiota. Myös ilmastointiin olisi kiinnitettävä huomiota. Yleistiloissa ilmastoinnin kerrottiin olevan liian kylmällä. Ongelmia oli ilmennyt myös savuttomien ja tupakoitsijoiden kerrosten/huoneiden kohdalla, sillä savuttomaan kerrokseen oli sijoitettu tupakoivia asiakkaita, jolloin tupakoimattomat asiakkaat joutuivat kärsimään hajuhaitoista. Narai hotellinkin tulisi siirtyä jo uudelle aikakaudelle, sillä edes tupakoivat ihmiset eivät tänä päivänä juurikaan polta sisätiloissa. Tupakan savu tarttuu mattoihin, verhoihin ja vuodevaatteisiin, joten näidenkin käyttöikä pitenisi, jos hotellista tehtäisiin savuton. Yksi vaihtoehto olisi rakentaa esimerkiksi yhteen kerrokseen tupakkakoppi, jossa asiakkaat voisivat polttaa, eikä tarvitsisi lähteä ulos asti.

Sisään kirjoittautumisvaiheessa asiakas saa ensivaikutelman hotellista ja useat asiakkaat arvioivat sen perusteella koko hotellia. Tämän vuoksi sisään kirjoittautumisen nopeus ja onnistuminen ovat hotellille ensiarvoisen tärkeitä. Jos asiakas kohtaa sisään kirjoittautumisvaiheessa nyrpeän ja epäkohteliaan asiakaspalvelijan, voi peli olla menetetty jo alkuunsa. Narai hotellinkin tulisi kiinnittää huomiota henkilökuntansa motivoimiseen ja kouluttamiseen sekä luoda kaikille samat toiminta- ja pelisäännöt, jotta palvelun laatu olisi aina samanlaista. Jos henkilöstö on sitoutunut ja motivoitunut työhönsä, ovat myös asenne ja vuorovaikutustaidot kohdallaan, jotka osaltaan vaikuttavat suuresti palvelun laatuun. Vastaanoton palvelu koettiin Narai hotellissa hyväksi, johon on osaltaan voinut vaikuttaa se, että hotellissa käytetään kuitenkin jonkinlaisia palvelun laatustandardeja. Esimerkiksi asiakkaan sisään kirjoittautuminen tulisi hoitaa maksimissaan viidessä minuutissa. Ongelmana kuitenkin on työntekijöiden asenne sääntöjä ja suosituksia kohtaan, sillä auktoriteetteja ei haluta totella.

Ei vielä riitä, että sisään kirjoittautumisvaihe hoidetaan hyvin, sillä myös uloskirjoittautumisvaihe on tärkeä. Myös uloskirjoittautumisvaiheessa ovat palvelun nopeus ja asiakaspalvelijan ystävällisyys tärkeitä, sillä tässä vaiheessa voidaan vielä vaikuttaa asiakkaan kokemukseen. Jos uloskirjoittautuminen sujuu moitteetta, voi asiakkaalle jäädä lopulta hyvä kokemus hotellista, vaikka sisään kirjoittautumisessa olisi ollut puutteita palvelussa. Narai hotellin tulisi valvoa entistä tarkemmin, että nämä vaiheet sujuvat moitteetta ja, että palvelu on samanlaista jokaisessa asiakaskohtauksessa. Palvelutapahtumat ovat toki aina erilaisia, sillä tilanteet ja työntekijät sekä ihmiset ja heidän odotuksensa vaihtelevat. Palvelun tulisi kuitenkin olla samantasoista kaikille ja jokaisen asiakkaan tulisi tuntea itsensä tärkeäksi, sillä juuri tällä tavoin tuotetaan niitä uskollisia asiakkaita.

Palveluun ja sen nopeuteen voitaisiin siis vaikuttaa henkilökunnan säännöllisellä kouluttamisella. Vastaajat olivat myös kommentoineet asiakaspalvelijoiden englanninkielen taidon puutetta. Kielitaidon parantamisella vältettäisiin väärinkäsitykset, mikä osaltaan helpottaisi palvelun tarjoamista ja vastaanottamista. Koulutuksessa olisi tärkeää nostaa esille myös länsimaisen kulttuurin eroavaisuus, jolloin työntekijät saataisiin ymmärtämään vastuullisuuden ja täsmällisyyden tarve. Asiakkaalle luvatut asiat kun tulisi hoitaa ajallaan. Puutteellinen tiedonkulku on yksi Narai hotellin suurimmista ongelmista. Erityisesti yhteistyön tärkeyttä vastaanoton ja kerrospalvelun välillä tulisi korostaa, jolloin välttyttäisiin viiveiltä huoneen ja palveluiden välittämisessä. Palvelun nopeus on yksi hyvän palvelun elementeistä, jolloin on tärkeää, että turhia viiveitä pystytään välttämään.

Thaimaalaisen kulttuurin esille tuominen lisäisi hotellin viihtyvyttä ja autenttisuutta. Hotellin yleisilmeeseen voitaisiin lisätä pienillä sisustamisilla kulttuuria. Baarissa voisi olla paikallinen esiintyjä, joka esittäisi paikallista musiikkia/tanssia. Tämä lisäisi kulttuurin näkyvyyttä huomattavasti. Matkustaessaan ihmiset haluavat nähdä ja kokea kohdemaan aitoa ja oikeaa kulttuuria, eivätkä sitä kulttuuria, jota itse kokevat päivittäin kotonaan. Vaikka länsimaalaisten kulttuuri ja ihmisten tarpeet tulisi ottaa palvelussa huomioon, ei kuitenkaan kannata lähteä ”hävittämään” maan omaa autenttista kulttuuria kokonaan.

Kanta-asiakkaiden huomioiminen hotellissa jää täysin työntekijöille, eikä heitä huomioida muuten kuin tervehtimällä tuttavallisemmin ja kuulumisia kyselemällä. Jonkinlainen kanta-asiakkaiden muistaminen pienillä asioilla, kuten esimerkiksi tervetulokortilla ja pienellä hedeimäkorilla, voisi taata asiakassuhteen jatkumisen. Asiakas tuntee itsensä tärkeäksi, kun häntä muistetaan huomioida jotenkin. Jo pienillä asioilla voidaan saada aikaan suurta iloa asiakkaalle. Juuri yllätykselliset ja odottamattomat asiat tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyttä. Toisaalta asiakkaan ennestään odottamien asioiden tulisi toteutua ja toimia, sillä juuri nämä aiheuttavat tyytymättömyyttä. Jos asiakkaalle on esimerkiksi luvattu luovuttaa huone aikaisin aamulla, tulisi näin myös tehdä.

Narai hotellin tulisi kiinnittää huomiota myös siihen millainen imago sillä on asiakkaidensa keskuudessa. Asiakas ei nimittäin reagoi pieniin puutteisiin niin voimakkaasti, mikäli yrityksellä on hyvä imago. Toisaalta asiakkaan mielikuva yrityksestä ei saisi olla liian hyvä, mutta ei myöskään liian huono. Esimerkiksi hotellin nettisivuilla ei tulisi antaa vääriä ja liian suuria odotuksia yrityksestä, sillä tällöin asiakas tulee auttamatta pettymään. Narai hotelli nimittäin näyttää nettisivujen perusteella paljon tasokkaammalta hotellilta kuin, mitä se todellisuudessa on.

Narai hotellissa tulisi miettiä, mitkä asiakaskohtaamiset ovat sille ratkaisevimpia asiakassuhteen säilymisen kannalta. Etenkin vastaanoton palvelun tulisi toimia moitteettomasti ja hotellin siisteyden oltava korkealla tasolla, kun ajatellaan asiakkaan kokonaislaatuista kokemusta hotellista. On muistettava, että hotellin ydinpalveluun kuuluu olennaisesti hotellihuone, joten sen tulisi olla kaikin puolin kunnossa. Jos huoneessa on moitittavaa, vaihtaa asiakas hyvin herkästi hotellia, eikä näin ollen vieraile hotellissa uudestaan. Toki myös muiden palvelujen on oltava kohdallaan, mutta juuri nämä luovat perustan asiakkaan kokemukselle ja näin ollen vaikuttavat asiakkaan kokemukseen eniten. Thaimaassahan on yltarjontaa majoituksessa, joten vaihtoehtoja on asiakkaille runsaasti tarjolla, mikä johtaa siihen, että asiakkaat vaihtavat hotellia herkästi, jos palvelu ei pelaa asiakkaan odottamalla tavalla. On muistettava, että tyytymättömyystekijät poissulkevat tyytyväisyystekijät, joten asiakkaiden tyytyväisyyteen on hotellissa panostettava ja tyytyväisyyttä säännöllisesti mitattava.

LÄHTEET

- Alén, J., Nenonen, C., Uusimäki, L. 1997. Hotelli palveluiden tuottajana. Helsinki: Edita Ab Oy.
- Bangkok Mass Transit System Public Co., Ltd. 2010. BTS SkyTrain. Saatavilla: <http://www.bts.co.th/en/btstrain.asp> (Luettu 12.1.2011).
- Bangkok Tourism Co., Ltd. 2010a. Bangkok's Attraction. Saatavilla: http://www.bangkoktourist.com/theme_5/highlight-attractions.asp?lang=en&page=1 (Luettu 12.1.2010).
- Bangkok Tourism Co., Ltd. 2010b. Bangkok's Shopping. Saatavilla: http://www.bangkoktourist.com/theme_5/Highlight-shopping.asp?lang=en (Luettu 12.1.2010).
- Bergström, S., Leppänen, A. 2007. Markkinoinnin maailma. 8. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Bergström, S., Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Boxberg, M. & Komppula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. 4. painos. Helsinki: WSOY.
- CIA The World Factbook. 2010. East and Southeast Asia: Thailand. Saatavilla: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/th.html> (Luettu 14.12.2010).
- CIA The World Factbook. 2011. Kartta 1. Saatavilla: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/maps/maptemplate_th.html (Luettu 12.1.2011).
- Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 4. painos. Porvoo: WSOY.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. 10. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hupli, O. 1997. Thaimaa – tuhansien hymyjen maa. Bangkok: Media Point CL.
- Inkinen, S. Lahtinen, J. 1994. Aasian liiketoimintakulttuurit. Kokkola: Avaintulos Oy.
- Jokinen, T., Heinämaa, L., Heikkonen, I. 2000. Tervetuloa asiakas, Myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Edita Ab Oy.

- Karjalainen, L. 2004. Tilastomatematiikka. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Korja, H. 2010. Kuvat 3., 4., & 7. 26.4.2010.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1994. Asiakaspalvelu. Kokkola: Avaintulos Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5. painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Lehtipuu, M. 2007. Suomalainen matkaopas: Bangkok ja Keski-Thaimaa. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.
- Lehtola, V. 2010. Thaimaan maaraportti. Saatavilla:
<https://www.finpro.fi/NR/.../FinproThailandcountryreport1011153.pdf> (Luettu 12.1.2011).
- Lämsä, A., Uusitalo, O. 2003. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. (1.-3. muuttamaton painos.) Helsinki: Edita Prima Oy.
- Mehta, C., Patel, N. SPSS Exact Tests 7.0 for Windows -opas. USA: SPSS Inc.
- Narai Hotel. 2011a. Kartta 2. Saatavilla: <http://www.naraihotel.co.th/location.html> (Luettu 26.1.2011).
- Narai Hotel. 2011b. Kuva 5. Saatavilla:
http://www.naraihotel.co.th/images/gallery/fit&pool_08.html (Luettu 26.1.2011).
- Narai Hotel. 2011c. Kuva 6. Saatavilla:
http://www.naraihotel.co.th/images/gallery/meeting_05.html (Luettu 26.1.2011).
- Narai Hotel. 2011d. Narai hotellin nettisivut. Saatavilla:
<http://www.naraihotel.co.th/index.html> (Luettu 19.1.2011).
- Pesonen, H., Lehtonen, J., Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena, markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Pesonen, J., Mönkkänen, T. & Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Edita.
- Rekiaro, I. 2007. Näe ja koe: Thaimaa. Kiina: Tammi.
- Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Pohjantähti Polestar Ltd.
- Rope, T., Pöllänen, J. 1995. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. 3. painos. Juva: WSOY.
- Sahiluoma, V. 2010. Thaimaa menettää viidenneksen matkailutuloista. Saatavilla:
<http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=2010/06/33976&ext=msn> (Luettu 12.1.2011).
- Somsak, D. 2010. Haastattelu 20.4.2010.

Storbacka, K., Blomqvist, R., Dahl, J. & Haeger, T. 1999. Asiakkuuden arvon lähteillä. Juva: WSOY.

Suvanto, P., Vitikainen, M. & Äyväri, A. 1995. 2.painos. Markkinoiden palveluja. Porvoo: WSOY.

Sääksvuori 2008. Palvelujen tuotteistaminen. PLM information center. Saatavilla: <http://www.plm-info.com/articles/Palvelujen%20tuotteistaminen.pdf> (Luettu 20.1.2011).

Tilastokeskus. 2010. Suomalaisten vapaa-ajan matkailu lisääntyi ja työmatkailu väheni vuonna 2009. Saatavilla: http://tilastokeskus.fi/til/smat/2009/smat_2009_2010-07-02_tie_001_fi.html?ad=notify (Luettu 15.12.2010).

Tourism Authority of Thailand. 2010a. About Thailand: Fast Facts. Saatavilla: <http://www.tourismthailand.org/about-thailand/fast-facts/#13> (Luettu 15.12.2010).

Tourism Authority of Thailand. 2010b. Where to go: Bangkok. Saatavilla: <http://www.tourismthailand.org/where-to-go/cities-guide/destination/bangkok/> (Luettu 14.1.2010).

UNWTO. 2010. World Tourism Barometer. Saatavilla: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_2_en.pdf (Luettu 15.12.2010).

Väistö, R. 1994. Palvelu puhuttaa. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

YLE. 2008. Bangkokin lentokenttä yhä kiinni. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/ulkomaat/2008/12/bangkokin_lentokentta_on_yha_kiinni_402415.html (Luettu 12.1.2011).

YLE. 2010. Kuningasta pyydetään puuttumaan Thaimaan mielenosoituksiin. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/ulkomaat/2010/04/kuningasta_pyydetaan_puuttumaan_thaimaan_mielenosoituksiin_1596624.html (Luettu 12.1.2011).

YLE. 2010. Useat maat varoittavat matkustamasta Bangkokiin. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/ulkomaat/2010/05/useat_maat_varoittavat_matkustamasta_bangkokiin_1684384.html (Luettu 12.1.2011).

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? 2. painos. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

LIITEET

KYSELYLOMAKE

Dear guest/ guests

It is our greatest aspiration at Narai Hotel to offer best service and satisfaction to our guests and your opinion on our service is very valuable. This questionnaire will be carried out by two of our trainees who are studying Tourism in Kajaani University of Applied Sciences, Finland, as part of their final year thesis. Could you kindly fill in this form and leave it in your room or the reception.

We appreciate your efforts and thank you in advance for your cooperation.

Sincerely yours,

Narai Hotel Training Department

Please choose the alternative that best describes you.

1. Sex ☐ Male ☐ Female

2. Age

3. Nationality

4. Purpose of your visit ☐ Business
 ☐ Holiday
 ☐ Other, what?

5. Is this your first time visiting Narai hotel? ☐ Yes
 ☐ No times

6. How did you make your reservation? ☐ On the websites of Narai hotel
 ☐ via travel agency
 ☐ by phone
 ☐ by email/ fax
 ☐ Walk-in
 ☐ Other, what?

7. Why did you choose Narai Hotel? (Instead of several other alternatives.)

- ☐ Good location
☐ Friendly personnel
☐ Supplementary service
☐ Price
☐ Other, what? _____

8. How many nights did you stay at Narai Hotel? _____ Nights**9. What was your room type?**

- ☐ Standard room
☐ Superior room
☐ Deluxe room
☐ Thai suite
☐ Executive suite
☐ Deluxe suite
☐ Narai suite

10. How satisfied were you with the room?

	Excellent	Good	Satisfactory	Need to improve	Unsatisfied
Comfortability	5	4	3	2	1
Equipment	5	4	3	2	1

Comments:

11. Have you used supplementary services while staying in Narai Hotel? You may choose several alternatives.

- ☐ Yes ☐ No
☐ Rabianthong
☐ Peperoni
☐ Laksmi Suki
☐ Scenery Lounge
☐ Harry's Tailor
☐ Barber and Beauty Salon
☐ Massage
☐ Swimming pool
☐ Fitness corner
☐ Business center
☐ Limousine service
☐ Laundry service
☐ Room service

12. What do you think of the personnel's service in different situations?

	Excellent	Good	Satisfactory	Need to improve	Unsatisfied	No experience
Reception	5	4	3	2	1	0
Cashier	5	4	3	2	1	0
Restaurants	5	4	3	2	1	0
Harry's Tailor	5	4	3	2	1	0
Barber and Beauty Salon	5	4	3	2	1	0
Massage	5	4	3	2	1	0
Business center	5	4	3	2	1	0
Limousine service	5	4	3	2	1	0
Laundry service	5	4	3	2	1	0

Comments:

13. What do you think of the promptness of service in different situations?

	Very prompt	Prompt	Prompt enough	Slow	Very slow	No experience
Reception	5	4	3	2	1	0
Cashier	5	4	3	2	1	0
Restaurants	5	4	3	2	1	0
Harry's Tailor	5	4	3	2	1	0
Barber and Beauty Salon	5	4	3	2	1	0
Massage	5	4	3	2	1	0
Business center	5	4	3	2	1	0
Limousine service	5	4	3	2	1	0
Laundry service	5	4	3	2	1	0

Comments:

14. How satisfied were you with the food and beverage?

	Excellent	Good	Satisfactory	Need to improve	Unsatisfied	No experience
Rabianthong	5	4	3	2	1	0
Peperoni	5	4	3	2	1	0
Laksmi Suki	5	4	3	2	1	0
Scenery Lounge	5	4	3	2	1	0
Pool bar	5	4	3	2	1	0
Room service	5	4	3	2	1	0

Comments:

15. What do you think of the cleanliness of the hotel?

	Excellent	Good	Satisfactory	Need to improve	Unsatisfied	No experience
General	5	4	3	2	1	0
Hotel lobby	5	4	3	2	1	0
Restaurants	5	4	3	2	1	0
Hotel surroundings	5	4	3	2	1	0
Room	5	4	3	2	1	0

Comments:

16. Did you notice the influence of Thai culture in different service situations? How did it occur and in what situations?

17. What do you think of Narai Hotel as a whole?

Excellent	Good	Moderate	Bad	Terrible
5	4	3	2	1

18. Are you going to visit Narai Hotel again?

Definitely	Maybe	Don't know	Apparently not	No
5	4	3	2	1

19. Are you going to recommend Narai Hotel to your friends and relatives?

Definitely	Maybe	Don't know	Apparently not	No
5	4	3	2	1

Feel free to comment on anything (development suggestions):

Thank you for your answers! ☺

FREKVENSSTAUUKOT

Sukupuoli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	male	54	57,4	63,5	63,5
	female	31	33,0	36,5	100,0
	Total	85	90,4	100,0	
Missing	System	9	9,6		
Total		94	100,0		

Ikä luokiteltuna

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-29	15	16,0	17,0	17,0
	30-49	35	37,2	39,8	56,8
	50-100	38	40,4	43,2	100,0
	Total	88	93,6	100,0	
Missing	System	6	6,4		
Total		94	100,0		

Ikä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	2	2,1	2,3	2,3
	18	1	1,1	1,1	3,4
	21	2	2,1	2,3	5,7
	24	1	1,1	1,1	6,8
	25	1	1,1	1,1	8,0
	26	3	3,2	3,4	11,4
	27	1	1,1	1,1	12,5
	28	2	2,1	2,3	14,8
	29	2	2,1	2,3	17,0
	30	4	4,3	4,5	21,6
	31	3	3,2	3,4	25,0
	32	2	2,1	2,3	27,3
	33	2	2,1	2,3	29,5
	34	1	1,1	1,1	30,7
	36	1	1,1	1,1	31,8
	37	1	1,1	1,1	33,0

38	1	1,1	1,1	34,1
39	2	2,1	2,3	36,4
42	4	4,3	4,5	40,9
43	2	2,1	2,3	43,2
44	1	1,1	1,1	44,3
45	2	2,1	2,3	46,6
47	1	1,1	1,1	47,7
48	4	4,3	4,5	52,3
49	4	4,3	4,5	56,8
50	5	5,3	5,7	62,5
51	3	3,2	3,4	65,9
53	2	2,1	2,3	68,2
54	1	1,1	1,1	69,3
55	3	3,2	3,4	72,7
56	5	5,3	5,7	78,4
57	1	1,1	1,1	79,5
59	5	5,3	5,7	85,2
60	3	3,2	3,4	88,6
61	1	1,1	1,1	89,8

Ikä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	62	1	1,1	1,1	90,9
	64	1	1,1	1,1	92,0
	66	1	1,1	1,1	93,2
	68	1	1,1	1,1	94,3
	69	2	2,1	2,3	96,6
	70	1	1,1	1,1	97,7
	75	1	1,1	1,1	98,9
	82	1	1,1	1,1	100,0
	Total	88	93,6	100,0	
Missing	System	6	6,4		
Total		94	100,0		

		kansalaisuus			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	belgian	2	2,1	2,4	2,4
	dutch	8	8,5	9,4	11,8
	finnish	4	4,3	4,7	16,5
	german	16	17,0	18,8	35,3
	austrian	3	3,2	3,5	38,8
	danish	3	3,2	3,5	42,4
	new zealander	1	1,1	1,2	43,5
	russian	2	2,1	2,4	45,9
	japanese	2	2,1	2,4	48,2
	thai	1	1,1	1,2	49,4
	iranian	1	1,1	1,2	50,6
	boliviano	1	1,1	1,2	51,8
	french	2	2,1	2,4	54,1
	british	4	4,3	4,7	58,8
	swedish	1	1,1	1,2	60,0
	norwegian	1	1,1	1,2	61,2
	australian	18	19,1	21,2	82,4
	spanish	5	5,3	5,9	88,2
	mexican	2	2,1	2,4	90,6
	italian	3	3,2	3,5	94,1
	african	2	2,1	2,4	96,5
	burmese	1	1,1	1,2	97,6
	swiss	1	1,1	1,2	98,8
	malaysian	1	1,1	1,2	100,0
	Total	85	90,4	100,0	
Missing	System	9	9,6		
Total		94	100,0		

Matkan tarkoitus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	business	8	8,5	9,2	9,2
	Holiday	76	80,9	87,4	96,6
	other	3	3,2	3,4	100,0
	Total	87	92,6	100,0	
Missing	System	7	7,4		
Total		94	100,0		

Mones kerta Naraisa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	47	50,0	54,0	54,0
	no	40	42,6	46,0	100,0
	Total	87	92,6	100,0	
Missing	System	7	7,4		
Total		94	100,0		

Lukumäärä moneskerta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	16	17,0	47,1	47,1
	3	5	5,3	14,7	61,8
	4	4	4,3	11,8	73,5
	5	2	2,1	5,9	79,4
	6	1	1,1	2,9	82,4
	8	1	1,1	2,9	85,3
	10	2	2,1	5,9	91,2
	15	1	1,1	2,9	94,1
	19	1	1,1	2,9	97,1
	20	1	1,1	2,9	100,0
	Total	34	36,2	100,0	
Missing	System	60	63,8		
Total		94	100,0		

Kuinka teitte varauksen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	on the website of narai hotel	8	8,5	9,5	9,5
	via travel agency	57	60,6	67,9	77,4
	by phone	1	1,1	1,2	78,6
	by e-mail / fax	1	1,1	1,2	79,8
	walk-in	2	2,1	2,4	82,1
	other	15	16,0	17,9	100,0
	Total	84	89,4	100,0	
Missing	System	10	10,6		
Total		94	100,0		

Miksi NH: good location

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	60	63,8	100,0	100,0
Missing	System	34	36,2		
Total		94	100,0		

Miksi NH: friendly person

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	16,0	100,0	100,0
Missing	System	79	84,0		
Total		94	100,0		

Miksi NH: supplementary service

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8,5	100,0	100,0
Missing	System	86	91,5		
Total		94	100,0		

Miksi NH: price

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	36	38,3	100,0	100,0
Missing	System	58	61,7		
Total		94	100,0		

Miksi NH: other

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	19,1	100,0	100,0
Missing	System	76	80,9		
Total		94	100,0		

Monta yötä viivytte NH:ssa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	17,0	20,5	20,5
	2	16	17,0	20,5	41,0
	3	21	22,3	26,9	67,9
	4	12	12,8	15,4	83,3
	5	5	5,3	6,4	89,7
	6	1	1,1	1,3	91,0
	7	2	2,1	2,6	93,6
	8	2	2,1	2,6	96,2
	9	1	1,1	1,3	97,4
	10	1	1,1	1,3	98,7
	20	1	1,1	1,3	100,0
	Total	78	83,0	100,0	
Missing	System	16	17,0		
Total		94	100,0		

Huone tyyppi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	standard room	37	39,4	46,3	46,3
	superior room	30	31,9	37,5	83,8
	deluxe room	10	10,6	12,5	96,3
	thai suite	3	3,2	3,8	100,0
	Total	80	85,1	100,0	
Missing	System	14	14,9		
Total		94	100,0		

Huoneen mukavuus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	need to improve	4	4,3	4,8	4,8
	satisfactory	16	17,0	19,3	24,1
	good	42	44,7	50,6	74,7
	excellent	21	22,3	25,3	100,0
	Total	83	88,3	100,0	
Missing	System	11	11,7		
Total		94	100,0		

Huoneen varustetaso

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unsatisfied	1	1,1	1,3	1,3
	need to improve	3	3,2	3,8	5,1
	satisfactory	21	22,3	26,9	32,1
	good	36	38,3	46,2	78,2
	excellent	17	18,1	21,8	100,0
	Total	78	83,0	100,0	
Missing	System	16	17,0		
Total		94	100,0		

Käyttikö oheispalveluja NH

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	46	48,9	61,3	61,3
	no	29	30,9	38,7	100,0
	Total	75	79,8	100,0	
Missing	System	19	20,2		
Total		94	100,0		

rabianthong

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	12,8	100,0	100,0
Missing	System	82	87,2		
Total		94	100,0		

peperoni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	21	22,3	100,0	100,0
Missing	System	73	77,7		
Total		94	100,0		

Laksmi suki

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	93	98,9		
Total		94	100,0		

Scenery Lounge

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	12,8	100,0	100,0
Missing	System	82	87,2		
Total		94	100,0		

Harry's tailor

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4,3	100,0	100,0
Missing	System	90	95,7		
Total		94	100,0		

Barber and beauty salon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3,2	100,0	100,0
Missing	System	91	96,8		
Total		94	100,0		

Massage

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4,3	100,0	100,0
Missing	System	90	95,7		
Total		94	100,0		

Swimming pool

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	25	26,6	100,0	100,0
Missing	System	69	73,4		
Total		94	100,0		

Fitness corner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	10,6	100,0	100,0
Missing	System	84	89,4		
Total		94	100,0		

Business center

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	7,4	100,0	100,0
Missing	System	87	92,6		
Total		94	100,0		

Limousine service

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,7	100,0	100,0
Missing	System	83	88,3		
Total		94	100,0		

Laundry service

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,7	100,0	100,0
Missing	System	83	88,3		
Total		94	100,0		

Room service

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11,7	100,0	100,0
Missing	System	83	88,3		
Total		94	100,0		

Mielipide: respa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	need to improve	2	2,1	2,4	2,4
	satisfactory	5	5,3	6,0	8,4
	good	48	51,1	57,8	66,3
	excellent	28	29,8	33,7	100,0
	Total	83	88,3	100,0	
Missing	System	11	11,7		
Total		94	100,0		

Mielipide: kassa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	6	6,4	13,3	13,3
	good	29	30,9	64,4	77,8
	excellent	10	10,6	22,2	100,0
	Total	45	47,9	100,0	
Missing	System	49	52,1		
Total		94	100,0		

Mielipide: ravintolat?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	need to improve	2	2,1	3,3	3,3
	satisfactory	6	6,4	9,8	13,1
	good	35	37,2	57,4	70,5
	excellent	18	19,1	29,5	100,0
	Total	61	64,9	100,0	
Missing	System	33	35,1		
Total		94	100,0		

Mielipide: räätäli?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	2	2,1	33,3	33,3
	good	4	4,3	66,7	100,0
	Total	6	6,4	100,0	
Missing	System	88	93,6		
Total		94	100,0		

Mielipide: kampaamo/kauneus?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	2	2,1	66,7	66,7
	excellent	1	1,1	33,3	100,0
	Total	3	3,2	100,0	
Missing	System	91	96,8		
Total		94	100,0		

Mielipide: hieronta?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	3	3,2	60,0	60,0
	good	1	1,1	20,0	80,0
	excellent	1	1,1	20,0	100,0
	Total	5	5,3	100,0	
Missing	System	89	94,7		
Total		94	100,0		

Mielipide: business center?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	4	4,3	44,4	44,4
	good	5	5,3	55,6	100,0
	Total	9	9,6	100,0	
Missing	System	85	90,4		
Total		94	100,0		

Mielipide: limousine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unsatisfied	1	1,1	6,7	6,7
	satisfactory	4	4,3	26,7	33,3
	good	6	6,4	40,0	73,3
	excellent	4	4,3	26,7	100,0
	Total	15	16,0	100,0	
Missing	System	79	84,0		
Total		94	100,0		

Mielipide: pesula?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unsatisfied	1	1,1	5,6	5,6
	satisfactory	1	1,1	5,6	11,1
	good	9	9,6	50,0	61,1
	excellent	7	7,4	38,9	100,0
	Total	18	19,1	100,0	
Missing	System	76	80,9		
Total		94	100,0		

Nopeus: respa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	slow	2	2,1	2,6	2,6
	prompt enough	5	5,3	6,6	9,2
	prompt	33	35,1	43,4	52,6
	very prompt	36	38,3	47,4	100,0
	Total	76	80,9	100,0	
Missing	System	18	19,1		
Total		94	100,0		

Nopeus: kassa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	very slow	1	1,1	2,6	2,6
	prompt enough	5	5,3	13,2	15,8
	prompt	19	20,2	50,0	65,8
	very prompt	13	13,8	34,2	100,0
	Total	38	40,4	100,0	
Missing	System	56	59,6		
Total		94	100,0		

Nopeus: ravintolat?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	prompt enough	5	5,3	10,0	10,0
	prompt	27	28,7	54,0	64,0
	very prompt	18	19,1	36,0	100,0
	Total	50	53,2	100,0	
Missing	System	44	46,8		
Total		94	100,0		

Nopeus: räätäli?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	prompt enough	2	2,1	28,6	28,6
	prompt	4	4,3	57,1	85,7
	very prompt	1	1,1	14,3	100,0
	Total	7	7,4	100,0	
Missing	System	87	92,6		
Total		94	100,0		

Nopeus: kampaamo/kauneus?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	prompt enough	1	1,1	25,0	25,0
	prompt	1	1,1	25,0	50,0
	very prompt	2	2,1	50,0	100,0
	Total	4	4,3	100,0	
Missing	System	90	95,7		
Total		94	100,0		

Nopeus: hieronta?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	slow	1	1,1	16,7	16,7
	prompt enough	1	1,1	16,7	33,3
	prompt	2	2,1	33,3	66,7
	very prompt	2	2,1	33,3	100,0
	Total	6	6,4	100,0	
Missing	System	88	93,6		
Total		94	100,0		

Nopeus: business center?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	prompt enough	3	3,2	42,9	42,9
	prompt	3	3,2	42,9	85,7
	very prompt	1	1,1	14,3	100,0
	Total	7	7,4	100,0	
Missing	System	87	92,6		
Total		94	100,0		

Nopeus: limousine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	slow	1	1,1	7,7	7,7
	prompt enough	4	4,3	30,8	38,5
	prompt	3	3,2	23,1	61,5
	very prompt	5	5,3	38,5	100,0
	Total	13	13,8	100,0	
Missing	System	81	86,2		
Total		94	100,0		

Nopeus: pesula?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	slow	1	1,1	6,7	6,7
	prompt enough	2	2,1	13,3	20,0
	prompt	3	3,2	20,0	40,0
	very prompt	9	9,6	60,0	100,0
	Total	15	16,0	100,0	
Missing	System	79	84,0		
Total		94	100,0		

Ruoka: Rabianthong?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	5	5,3	17,9	17,9
	good	16	17,0	57,1	75,0
	excellent	7	7,4	25,0	100,0
	Total	28	29,8	100,0	
Missing	System	66	70,2		
Total		94	100,0		

Ruoka: Peperoni?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	need to improve	1	1,1	4,0	4,0
	satisfactory	3	3,2	12,0	16,0
	good	14	14,9	56,0	72,0
	excellent	7	7,4	28,0	100,0
	Total	25	26,6	100,0	
Missing	System	69	73,4		
Total		94	100,0		

Ruoka: Laksmi Suki?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	1	1,1	20,0	20,0
	good	3	3,2	60,0	80,0
	excellent	1	1,1	20,0	100,0
	Total	5	5,3	100,0	
Missing	System	89	94,7		
Total		94	100,0		

Ruoka: Scenery Lounge?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	good	12	12,8	75,0	75,0
	excellent	4	4,3	25,0	100,0
	Total	16	17,0	100,0	
Missing	System	78	83,0		
Total		94	100,0		

Ruoka: Pool bar?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	need to improve	1	1,1	6,3	6,3
	satisfactory	2	2,1	12,5	18,8
	good	9	9,6	56,3	75,0
	excellent	4	4,3	25,0	100,0
	Total	16	17,0	100,0	
Missing	System	78	83,0		
Total		94	100,0		

Ruoka: huonepalvelu?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	satisfactory	2	2,1	12,5	12,5
	good	11	11,7	68,8	81,3
	excellent	3	3,2	18,8	100,0
	Total	16	17,0	100,0	
Missing	System	78	83,0		
Total		94	100,0		

Puhtaus: yleinen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unsatisfied	1	1,1	1,3	1,3
	satisfactory	7	7,4	8,9	10,1
	good	38	40,4	48,1	58,2
	excellent	33	35,1	41,8	100,0
	Total	79	84,0	100,0	
Missing	System	15	16,0		
Total		94	100,0		

Puhtaus: aula?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unsatisfied	1	1,1	1,3	1,3
	satisfactory	3	3,2	3,8	5,1
	good	31	33,0	39,7	44,9
	excellent	43	45,7	55,1	100,0
	Total	78	83,0	100,0	
Missing	System	16	17,0		
Total		94	100,0		

Puhtaus: ravintolat?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unsatisfied	1	1,1	1,4	1,4
	satisfactory	6	6,4	8,7	10,1
	good	32	34,0	46,4	56,5
	excellent	30	31,9	43,5	100,0
	Total	69	73,4	100,0	
Missing	System	25	26,6		
Total		94	100,0		

Puhtaus: ympäristö?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	need to improve	2	2,1	2,8	2,8
	satisfactory	16	17,0	22,2	25,0
	good	34	36,2	47,2	72,2
	excellent	20	21,3	27,8	100,0
	Total	72	76,6	100,0	
Missing	System	22	23,4		
Total		94	100,0		

Puhtaus: huone?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unsatisfied	1	1,1	1,3	1,3
	satisfactory	12	12,8	15,2	16,5
	good	27	28,7	34,2	50,6
	excellent	39	41,5	49,4	100,0
	Total	79	84,0	100,0	
Missing	System	15	16,0		
Total		94	100,0		

Mielipide Naraista yleensä?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	moderate	12	12,8	15,0	15,0
	good	47	50,0	58,8	73,8
	excellent	21	22,3	26,3	100,0
	Total	80	85,1	100,0	
Missing	System	14	14,9		
Total		94	100,0		

Tuletteko uudelleen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	apparently not	1	1,1	1,3	1,3
	don't know	18	19,1	22,8	24,1
	maybe	29	30,9	36,7	60,8
	definitely	31	33,0	39,2	100,0
	Total	79	84,0	100,0	
Missing	System	15	16,0		
Total		94	100,0		

Suosittelitko Naraita?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	2	2,1	2,5	2,5
	apparently not	2	2,1	2,5	4,9
	don't know	7	7,4	8,6	13,6
	maybe	23	24,5	28,4	42,0
	definitely	47	50,0	58,0	100,0
	Total	81	86,2	100,0	
Missing	System	13	13,8		
Total		94	100,0		

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Huoneen mukavuus	83	2	5	3,96	,803
Huoneen varustetaso	78	1	5	3,83	,859
Mielipide: respa?	83	2	5	4,23	,669
Mielipide: kassa?	45	3	5	4,09	,596
Mielipide: ravintolat?	61	2	5	4,13	,718
Mielipide: räätäli?	6	3	4	3,67	,516
Mielipide: kampaamo/kauneus?	3	3	5	3,67	1,155
Mielipide: hieronta?	5	3	5	3,60	,894
Mielipide: business center?	9	3	4	3,56	,527
Mielipide: limousine?	15	1	5	3,80	1,082
Mielipide: pesula?	18	1	5	4,17	,985
Nopeus: respa?	76	2	5	4,36	,725
Nopeus: kassa?	38	1	5	4,13	,844
Nopeus: ravintolat?	50	3	5	4,26	,633
Nopeus: räätäli?	7	3	5	3,86	,690
Nopeus: kampaamo/kauneus?	4	3	5	4,25	,957
Nopeus: hieronta?	6	2	5	3,83	1,169
Nopeus: business center?	7	3	5	3,71	,756
Nopeus: limousine?	13	2	5	3,92	1,038
Nopeus: pesula?	15	2	5	4,33	,976
Ruoka: Rabianthong?	28	3	5	4,07	,663
Ruoka: Peperoni?	25	2	5	4,08	,759
Ruoka: Laksmi Suki?	5	3	5	4,00	,707
Ruoka: Scenery Lounge?	16	4	5	4,25	,447
Ruoka: Pool bar?	16	2	5	4,00	,816
Ruoka: huonepalvelu?	16	3	5	4,06	,574
Puhtaus: yleinen?	79	1	5	4,29	,736
Puhtaus: aula?	78	1	5	4,47	,697
Puhtaus: ravintolat?	69	1	5	4,30	,754
Puhtaus: ympäristö?	72	2	5	4,00	,787
Puhtaus: huone?	79	1	5	4,30	,822
Mielipide Naraista yleensä?	80	3	5	4,11	,636
Tuletteko uudelleen?	79	2	5	4,14	,812
Suosittelko Naraita?	81	1	5	4,37	,928
Valid N (listwise)	0				

RISTIINTAULUKOINNIT

Sukupuoli taustamuuttujana

Sukupuoli * Matkan tarkoitus Crosstabulation

			Matkan tarkoitus			Total
			business	Holiday	other	
Sukupuoli	male	Count	5	46	2	53
		% within Sukupuoli	9,4%	86,8%	3,8%	100,0%
	female	Count	2	28	1	31
		% within Sukupuoli	6,5%	90,3%	3,2%	100,0%
Total		Count	7	74	3	84
		% within Sukupuoli	8,3%	88,1%	3,6%	100,0%

Sukupuoli * Mones kerta Naraiissa Crosstabulation

			Mones kerta Naraiissa		Total
			yes	no	
Sukupuoli	male	Count	29	25	54
		% within Sukupuoli	53,7%	46,3%	100,0%
	female	Count	16	13	29
		% within Sukupuoli	55,2%	44,8%	100,0%
Total		Count	45	38	83
		% within Sukupuoli	54,2%	45,8%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen		
			on the website of narai hotel	via travel agency	by phone
Sukupuoli	male	Count	7	35	0
		% within Sukupuoli	13,0%	64,8%	,0%
	female	Count	1	19	1
		% within Sukupuoli	3,7%	70,4%	3,7%
Total		Count	8	54	1
		% within Sukupuoli	9,9%	66,7%	1,2%

Sukupuoli * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen			Total
			by e-mail / fax	walk-in	other	
Sukupuoli	male	Count	1	1	10	54
		% within Sukupuoli	1,9%	1,9%	18,5%	100,0%
	female	Count	0	1	5	27
		% within Sukupuoli	,0%	3,7%	18,5%	100,0%
Total		Count	1	2	15	81
		% within Sukupuoli	1,2%	2,5%	18,5%	100,0%

Sukupuoli * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi		
			standard room	superior room	deluxe room
Sukupuoli	male	Count	25	17	7
		% within Sukupuoli	49,0%	33,3%	13,7%
	female	Count	11	12	2
		% within Sukupuoli	42,3%	46,2%	7,7%
Total		Count	36	29	9
		% within Sukupuoli	46,8%	37,7%	11,7%

Sukupuoli * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi	Total
			thai suite	
Sukupuoli	male	Count	2	51
		% within Sukupuoli	3,9%	100,0%
	female	Count	1	26
		% within Sukupuoli	3,8%	100,0%
Total		Count	3	77
		% within Sukupuoli	3,9%	100,0%

Sukupuoli * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus		
			need to improve	satisfactory	good
Sukupuoli	male	Count	2	7	28
		% within Sukupuoli	3,9%	13,7%	54,9%
	female	Count	1	8	13
		% within Sukupuoli	3,4%	27,6%	44,8%
Total		Count	3	15	41
		% within Sukupuoli	3,8%	18,8%	51,3%

Sukupuoli * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus	Total
			excellent	
Sukupuoli	male	Count	14	51
		% within Sukupuoli	27,5%	100,0%
	female	Count	7	29
		% within Sukupuoli	24,1%	100,0%
Total		Count	21	80
		% within Sukupuoli	26,3%	100,0%

Sukupuoli * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso			
			unsatisfied	need to improve	satisfactory	good
Sukupuoli	male	Count	1	1	11	23
		% within Sukupuoli	2,1%	2,1%	22,9%	47,9%
	female	Count	0	1	9	13
		% within Sukupuoli	,0%	3,6%	32,1%	46,4%
Total		Count	1	2	20	36
		% within Sukupuoli	1,3%	2,6%	26,3%	47,4%

Sukupuoli * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso	Total
			excellent	
Sukupuoli	male	Count	12	48
		% within Sukupuoli	25,0%	100,0%
	female	Count	5	28
		% within Sukupuoli	17,9%	100,0%
Total		Count	17	76
		% within Sukupuoli	22,4%	100,0%

Sukupuoli * Käyttikö oheispalveluja NH Crosstabulation

			Käyttikö oheispalveluja NH		Total
			yes	no	
Sukupuoli	male	Count	28	18	46
		% within Sukupuoli	60,9%	39,1%	100,0%
	female	Count	17	9	26
		% within Sukupuoli	65,4%	34,6%	100,0%
Total		Count	45	27	72
		% within Sukupuoli	62,5%	37,5%	100,0%

Sukupuoli * Mielpide: respa? Crosstabulation

			Mielpide: respa?		
			need to improve	satisfactory	good
Sukupuoli	male	Count	0	1	33
		% within Sukupuoli	,0%	2,0%	64,7%
	female	Count	1	4	14
		% within Sukupuoli	3,6%	14,3%	50,0%
Total		Count	1	5	47
		% within Sukupuoli	1,3%	6,3%	59,5%

Sukupuoli * Mielipide: respa? Crosstabulation

			Mielipide: respa?	Total
			excellent	
Sukupuoli	male	Count	17	51
		% within Sukupuoli	33,3%	100,0%
	female	Count	9	28
		% within Sukupuoli	32,1%	100,0%
Total		Count	26	79
		% within Sukupuoli	32,9%	100,0%

Sukupuoli * Mielipide: kassa? Crosstabulation

			Mielipide: kassa?			Total
			satisfactory	good	excellent	
Sukupuoli	male	Count	4	21	5	30
		% within Sukupuoli	13,3%	70,0%	16,7%	100,0%
	female	Count	1	7	5	13
		% within Sukupuoli	7,7%	53,8%	38,5%	100,0%
Total		Count	5	28	10	43
		% within Sukupuoli	11,6%	65,1%	23,3%	100,0%

Sukupuoli * Mielipide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielipide: ravintolat?		
			need to improve	satisfactory	good
Sukupuoli	male	Count	2	5	19
		% within Sukupuoli	5,6%	13,9%	52,8%
	female	Count	0	1	15
		% within Sukupuoli	,0%	4,3%	65,2%
Total		Count	2	6	34
		% within Sukupuoli	3,4%	10,2%	57,6%

Sukupuoli * Mielipide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielipide: ravintolat?	Total
			excellent	
Sukupuoli	male	Count	10	36
		% within Sukupuoli	27,8%	100,0%
	female	Count	7	23
		% within Sukupuoli	30,4%	100,0%
Total		Count	17	59
		% within Sukupuoli	28,8%	100,0%

Sukupuoli * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?		
			slow	prompt enough	prompt
Sukupuoli	male	Count	1	3	18
		% within Sukupuoli	2,1%	6,4%	38,3%
	female	Count	1	2	15
		% within Sukupuoli	3,8%	7,7%	57,7%
Total		Count	2	5	33
		% within Sukupuoli	2,7%	6,8%	45,2%

Sukupuoli * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?	Total
			very prompt	
Sukupuoli	male	Count	25	47
		% within Sukupuoli	53,2%	100,0%
	female	Count	8	26
		% within Sukupuoli	30,8%	100,0%
Total		Count	33	73
		% within Sukupuoli	45,2%	100,0%

Sukupuoli * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?		
			very slow	prompt enough	prompt
Sukupuoli	male	Count	1	3	12
		% within Sukupuoli	4,2%	12,5%	50,0%
	female	Count	0	2	7
		% within Sukupuoli	,0%	15,4%	53,8%
Total		Count	1	5	19
		% within Sukupuoli	2,7%	13,5%	51,4%

Sukupuoli * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?	Total
			very prompt	
Sukupuoli	male	Count	8	24
		% within Sukupuoli	33,3%	100,0%
	female	Count	4	13
		% within Sukupuoli	30,8%	100,0%
Total		Count	12	37
		% within Sukupuoli	32,4%	100,0%

Sukupuoli * Nopeus: ravintolat? Crosstabulation

			Nopeus: ravintolat?			Total
			prompt enough	prompt	very prompt	
Sukupuoli	male	Count	4	15	9	28
		% within Sukupuoli	14,3%	53,6%	32,1%	100,0%
	female	Count	1	11	8	20
		% within Sukupuoli	5,0%	55,0%	40,0%	100,0%
Total		Count	5	26	17	48
		% within Sukupuoli	10,4%	54,2%	35,4%	100,0%

Sukupuoli * Ruoka: Rabianthong? Crosstabulation

			Ruoka: Rabianthong?			Total
			satisfactory	good	excellent	
Sukupuoli	male	Count	3	9	6	18
		% within Sukupuoli	16,7%	50,0%	33,3%	100,0%
	female	Count	1	7	1	9
		% within Sukupuoli	11,1%	77,8%	11,1%	100,0%
Total		Count	4	16	7	27
		% within Sukupuoli	14,8%	59,3%	25,9%	100,0%

Sukupuoli * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?		
			need to improve	satisfactory	good
Sukupuoli	male	Count	0	3	7
		% within Sukupuoli	,0%	23,1%	53,8%
	female	Count	1	0	7
		% within Sukupuoli	9,1%	,0%	63,6%
Total		Count	1	3	14
		% within Sukupuoli	4,2%	12,5%	58,3%

Sukupuoli * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?	Total
			excellent	
Sukupuoli	male	Count	3	13
		% within Sukupuoli	23,1%	100,0%
	female	Count	3	11
		% within Sukupuoli	27,3%	100,0%
Total		Count	6	24
		% within Sukupuoli	25,0%	100,0%

Sukupuoli * Ruoka: Scenery Lounge? Crosstabulation

			Ruoka: Scenery Lounge?		Total
			good	excellent	
Sukupuoli	male	Count	8	2	10
		% within Sukupuoli	80,0%	20,0%	100,0%
	female	Count	4	2	6
		% within Sukupuoli	66,7%	33,3%	100,0%
Total		Count	12	4	16
		% within Sukupuoli	75,0%	25,0%	100,0%

Sukupuoli * Puhtaus: yleinen? Crosstabulation

			Puhtaus: yleinen?			Total
			satisfactory	good	excellent	
Sukupuoli	male	Count	6	22	20	48
		% within Sukupuoli	12,5%	45,8%	41,7%	100,0%
	female	Count	1	14	13	28
		% within Sukupuoli	3,6%	50,0%	46,4%	100,0%
Total		Count	7	36	33	76
		% within Sukupuoli	9,2%	47,4%	43,4%	100,0%

Sukupuoli * Puhtaus: aula? Crosstabulation

			Puhtaus: aula?			Total
			satisfactory	good	excellent	
Sukupuoli	male	Count	3	19	25	47
		% within Sukupuoli	6,4%	40,4%	53,2%	100,0%
	female	Count	0	12	17	29
		% within Sukupuoli	,0%	41,4%	58,6%	100,0%
Total		Count	3	31	42	76
		% within Sukupuoli	3,9%	40,8%	55,3%	100,0%

Sukupuoli * Puhtaus: ravintolat? Crosstabulation

			Puhtaus: ravintolat?			Total
			satisfactory	good	excellent	
Sukupuoli	male	Count	5	21	15	41
		% within Sukupuoli	12,2%	51,2%	36,6%	100,0%
	female	Count	0	11	14	25
		% within Sukupuoli	,0%	44,0%	56,0%	100,0%
Total		Count	5	32	29	66
		% within Sukupuoli	7,6%	48,5%	43,9%	100,0%

Sukupuoli * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?		
			need to improve	satisfactory	good
Sukupuoli	male	Count	0	12	18
		% within Sukupuoli	,0%	27,9%	41,9%
	female	Count	2	4	15
		% within Sukupuoli	7,1%	14,3%	53,6%
Total		Count	2	16	33
		% within Sukupuoli	2,8%	22,5%	46,5%

Sukupuoli * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?	Total
			excellent	
Sukupuoli	male	Count	13	43
		% within Sukupuoli	30,2%	100,0%
	female	Count	7	28
		% within Sukupuoli	25,0%	100,0%
Total		Count	20	71
		% within Sukupuoli	28,2%	100,0%

Sukupuoli * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Sukupuoli	male	Count	0	8	16
		% within Sukupuoli	,0%	16,7%	33,3%
	female	Count	1	3	10
		% within Sukupuoli	3,4%	10,3%	34,5%
Total		Count	1	11	26
		% within Sukupuoli	1,3%	14,3%	33,8%

Sukupuoli * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?	Total
			excellent	
Sukupuoli	male	Count	24	48
		% within Sukupuoli	50,0%	100,0%
	female	Count	15	29
		% within Sukupuoli	51,7%	100,0%
Total		Count	39	77
		% within Sukupuoli	50,6%	100,0%

Sukupuoli * Mielpide Naraista yleensä? Crosstabulation

			Mielpide Naraista yleensä?			Total
			moderate	good	excellent	
Sukupuoli	male	Count	7	25	15	47
		% within Sukupuoli	14,9%	53,2%	31,9%	100,0%
	female	Count	4	20	6	30
		% within Sukupuoli	13,3%	66,7%	20,0%	100,0%
Total		Count	11	45	21	77
		% within Sukupuoli	14,3%	58,4%	27,3%	100,0%

Sukupuoli * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?		
			apparently not	don't know	maybe
Sukupuoli	male	Count	0	8	18
		% within Sukupuoli	,0%	16,7%	37,5%
	female	Count	1	10	9
		% within Sukupuoli	3,4%	34,5%	31,0%
Total		Count	1	18	27
		% within Sukupuoli	1,3%	23,4%	35,1%

Sukupuoli * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?	Total
			definitely	
Sukupuoli	male	Count	22	48
		% within Sukupuoli	45,8%	100,0%
	female	Count	9	29
		% within Sukupuoli	31,0%	100,0%
Total		Count	31	77
		% within Sukupuoli	40,3%	100,0%

Sukupuoli * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suositteletko Naraita?			
			no	apparently not	don't know	maybe
Sukupuoli	male	Count	0	1	2	13
		% within Sukupuoli	,0%	2,1%	4,2%	27,1%
	female	Count	1	1	3	10
		% within Sukupuoli	3,3%	3,3%	10,0%	33,3%
Total		Count	1	2	5	23
		% within Sukupuoli	1,3%	2,6%	6,4%	29,5%

Sukupuoli * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suosittelletko Naraita?	Total
			definitely	
Sukupuoli	male	Count	32	48
		% within Sukupuoli	66,7%	100,0%
	female	Count	15	30
		% within Sukupuoli	50,0%	100,0%
Total		Count	47	78
		% within Sukupuoli	60,3%	100,0%

Luokiteltu ikä taustamuuttujana

Ikä luokiteltuna * Sukupuoli Crosstabulation

			Sukupuoli		Total
			male	female	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	7	8	15
		% within Ikä luokiteltuna	46,7%	53,3%	100,0%
	30-49	Count	18	16	34
		% within Ikä luokiteltuna	52,9%	47,1%	100,0%
	50-100	Count	29	7	36
		% within Ikä luokiteltuna	80,6%	19,4%	100,0%
Total	Count	54	31	85	
	% within Ikä luokiteltuna	63,5%	36,5%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Matkan tarkoitus Crosstabulation

			Matkan tarkoitus			Total
			business	Holiday	other	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	2	12	0	14
		% within Ikä luokiteltuna	14,3%	85,7%	,0%	100,0%
	30-49	Count	1	33	1	35
		% within Ikä luokiteltuna	2,9%	94,3%	2,9%	100,0%
	50-100	Count	5	30	2	37
		% within Ikä luokiteltuna	13,5%	81,1%	5,4%	100,0%
Total	Count	8	75	3	86	
	% within Ikä luokiteltuna	9,3%	87,2%	3,5%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Mones kerta Naraissa Crosstabulation

			Mones kerta Naraissa		Total
			yes	no	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	11	4	15
		% within Ikä luokiteltuna	73,3%	26,7%	100,0%
	30-49	Count	23	12	35
		% within Ikä luokiteltuna	65,7%	34,3%	100,0%
	50-100	Count	12	24	36
		% within Ikä luokiteltuna	33,3%	66,7%	100,0%
Total	Count	46	40	86	
	% within Ikä luokiteltuna	53,5%	46,5%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen		
			on the website of narai hotel	via travel agency	by phone
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	1	10	1
		% within Ikä luokiteltuna	7,1%	71,4%	7,1%
	30-49	Count	4	24	0
		% within Ikä luokiteltuna	12,5%	75,0%	,0%
	50-100	Count	3	22	0
		% within Ikä luokiteltuna	8,1%	59,5%	,0%
Total		Count	8	56	1
		% within Ikä luokiteltuna	9,6%	67,5%	1,2%

Ikä luokiteltuna * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen	
			by e-mail / fax	walk-in
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	2
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	14,3%
	30-49	Count	0	0
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%
	50-100	Count	1	0
		% within Ikä luokiteltuna	2,7%	,0%
Total	Count	1	2	
	% within Ikä luokiteltuna	1,2%	2,4%	

Ikä luokiteltuna * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen	Total
			other	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	14
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	100,0%
	30-49	Count	4	32
		% within Ikä luokiteltuna	12,5%	100,0%
	50-100	Count	11	37
		% within Ikä luokiteltuna	29,7%	100,0%
Total	Count	15	83	
	% within Ikä luokiteltuna	18,1%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi		
			standard room	superior room	deluxe room
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	7	6	1
		% within Ikä luokiteltuna	50,0%	42,9%	7,1%
	30-49	Count	14	12	3
		% within Ikä luokiteltuna	45,2%	38,7%	9,7%
	50-100	Count	15	12	6
		% within Ikä luokiteltuna	44,1%	35,3%	17,6%
Total	Count	36	30	10	
	% within Ikä luokiteltuna	45,6%	38,0%	12,7%	

Ikä luokiteltuna * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi	Total
			thai suite	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	14
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	100,0%
	30-49	Count	2	31
		% within Ikä luokiteltuna	6,5%	100,0%
	50-100	Count	1	34
		% within Ikä luokiteltuna	2,9%	100,0%
Total	Count	3	79	
	% within Ikä luokiteltuna	3,8%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus		
			need to improve	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	3	8
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	20,0%	53,3%
	30-49	Count	1	4	15
		% within Ikä luokiteltuna	3,1%	12,5%	46,9%
	50-100	Count	3	8	19
		% within Ikä luokiteltuna	8,6%	22,9%	54,3%
Total	Count	4	15	42	
	% within Ikä luokiteltuna	4,9%	18,3%	51,2%	

Ikä luokiteltuna * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus	Total
			excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	4	15
		% within Ikä luokiteltuna	26,7%	100,0%
	30-49	Count	12	32
		% within Ikä luokiteltuna	37,5%	100,0%
	50-100	Count	5	35
		% within Ikä luokiteltuna	14,3%	100,0%
Total		Count	21	82
		% within Ikä luokiteltuna	25,6%	100,0%

Ikä luokiteltuna * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso		
			unsatisfied	need to improve	satisfactory
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	4
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	26,7%
	30-49	Count	0	1	7
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	3,1%	21,9%
	50-100	Count	1	2	9
		% within Ikä luokiteltuna	3,3%	6,7%	30,0%
Total	Count	1	3	20	
	% within Ikä luokiteltuna	1,3%	3,9%	26,0%	

Ikä luokiteltuna * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso		Total
			good	excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	9	2	15
		% within Ikä luokiteltuna	60,0%	13,3%	100,0%
	30-49	Count	12	12	32
		% within Ikä luokiteltuna	37,5%	37,5%	100,0%
	50-100	Count	15	3	30
		% within Ikä luokiteltuna	50,0%	10,0%	100,0%
Total	Count	36	17	77	
	% within Ikä luokiteltuna	46,8%	22,1%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Käyttikö oheispalveluja NH Crosstabulation

			Käyttikö oheispalveluja NH		Total
			yes	no	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	7	6	13
		% within Ikä luokiteltuna	53,8%	46,2%	100,0%
	30-49	Count	14	16	30
		% within Ikä luokiteltuna	46,7%	53,3%	100,0%
	50-100	Count	25	7	32
		% within Ikä luokiteltuna	78,1%	21,9%	100,0%
Total	Count	46	29	75	
	% within Ikä luokiteltuna	61,3%	38,7%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Mielipide: respa? Crosstabulation

			Mielipide: respa?		
			need to improve	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	1	9
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	6,7%	60,0%
	30-49	Count	1	4	17
		% within Ikä luokiteltuna	3,1%	12,5%	53,1%
	50-100	Count	1	0	21
		% within Ikä luokiteltuna	2,9%	,0%	60,0%
Total	Count	2	5	47	
	% within Ikä luokiteltuna	2,4%	6,1%	57,3%	

Ikä luokiteltuna * Mielipide: respa? Crosstabulation

			Mielipide: respa?	Total
			excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	5	15
		% within Ikä luokiteltuna	33,3%	100,0%
	30-49	Count	10	32
		% within Ikä luokiteltuna	31,3%	100,0%
	50-100	Count	13	35
		% within Ikä luokiteltuna	37,1%	100,0%
Total		Count	28	82
		% within Ikä luokiteltuna	34,1%	100,0%

Ikä luokiteltuna * Mielpide: kassa? Crosstabulation

			Mielpide: kassa?			Total
			satisfactory	good	excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	1	4	3	8
		% within Ikä luokiteltuna	12,5%	50,0%	37,5%	100,0%
	30-49	Count	2	11	4	17
		% within Ikä luokiteltuna	11,8%	64,7%	23,5%	100,0%
	50-100	Count	3	13	3	19
		% within Ikä luokiteltuna	15,8%	68,4%	15,8%	100,0%
Total	Count	6	28	10	44	
	% within Ikä luokiteltuna	13,6%	63,6%	22,7%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Mielpide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielpide: ravintolat?		
			need to improve	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	1	4
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	10,0%	40,0%
	30-49	Count	0	1	15
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	5,0%	75,0%
	50-100	Count	2	4	15
		% within Ikä luokiteltuna	6,7%	13,3%	50,0%
Total	Count	2	6	34	
	% within Ikä luokiteltuna	3,3%	10,0%	56,7%	

Ikä luokiteltuna * Mielpide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielipide: ravintolat?	
			excellent	Total
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	5	10
		% within Ikä luokiteltuna	50,0%	100,0%
	30-49	Count	4	20
		% within Ikä luokiteltuna	20,0%	100,0%
	50-100	Count	9	30
		% within Ikä luokiteltuna	30,0%	100,0%
Total		Count	18	60
		% within Ikä luokiteltuna	30,0%	100,0%

Ikä luokiteltuna * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?		
			slow	prompt enough	prompt
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	8
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	57,1%
	30-49	Count	0	2	11
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	7,7%	42,3%
	50-100	Count	2	3	14
		% within Ikä luokiteltuna	5,7%	8,6%	40,0%
Total	Count	2	5	33	
	% within Ikä luokiteltuna	2,7%	6,7%	44,0%	

Ikä luokiteltuna * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?	Total
			very prompt	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	6	14
		% within Ikä luokiteltuna	42,9%	100,0%
	30-49	Count	13	26
		% within Ikä luokiteltuna	50,0%	100,0%
	50-100	Count	16	35
		% within Ikä luokiteltuna	45,7%	100,0%
Total	Count	35	75	
	% within Ikä luokiteltuna	46,7%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?		
			very slow	prompt enough	prompt
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	3
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	50,0%
	30-49	Count	0	1	7
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	8,3%	58,3%
	50-100	Count	1	4	9
		% within Ikä luokiteltuna	5,3%	21,1%	47,4%
Total	Count	1	5	19	
	% within Ikä luokiteltuna	2,7%	13,5%	51,4%	

Ikä luokiteltuna * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?	Total
			very prompt	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	3	6
		% within Ikä luokiteltuna	50,0%	100,0%
	30-49	Count	4	12
		% within Ikä luokiteltuna	33,3%	100,0%
	50-100	Count	5	19
		% within Ikä luokiteltuna	26,3%	100,0%
Total	Count	12	37	
	% within Ikä luokiteltuna	32,4%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Nopeus: ravintolat? Crosstabulation

			Nopeus: ravintolat?	
			prompt enough	prompt
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	3
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	37,5%
	30-49	Count	2	12
		% within Ikä luokiteltuna	11,8%	70,6%
	50-100	Count	3	11
		% within Ikä luokiteltuna	12,5%	45,8%
Total	Count	5	26	
	% within Ikä luokiteltuna	10,2%	53,1%	

Ikä luokiteltuna * Nopeus: ravintolat? Crosstabulation

			Nopeus:	Total
			ravintolat?	
			very prompt	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	5	8
		% within Ikä luokiteltuna	62,5%	100,0%
	30-49	Count	3	17
		% within Ikä luokiteltuna	17,6%	100,0%
	50-100	Count	10	24
		% within Ikä luokiteltuna	41,7%	100,0%
Total	Count	18	49	
	% within Ikä luokiteltuna	36,7%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Ruoka: Rabianthong? Crosstabulation

			Ruoka: Rabianthong?			Total
			satisfactory	good	excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	1	0	1	2
		% within Ikä luokiteltuna	50,0%	,0%	50,0%	100,0%
	30-49	Count	1	5	2	8
		% within Ikä luokiteltuna	12,5%	62,5%	25,0%	100,0%
	50-100	Count	3	11	4	18
		% within Ikä luokiteltuna	16,7%	61,1%	22,2%	100,0%
Total	Count	5	16	7	28	
	% within Ikä luokiteltuna	17,9%	57,1%	25,0%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?		
			need to improve	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	4
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	80,0%
	30-49	Count	1	1	6
		% within Ikä luokiteltuna	10,0%	10,0%	60,0%
	50-100	Count	0	2	4
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	22,2%	44,4%
Total	Count	1	3	14	
	% within Ikä luokiteltuna	4,2%	12,5%	58,3%	

Ikä luokiteltuna * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?	Total
			excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	1	5
		% within Ikä luokiteltuna	20,0%	100,0%
	30-49	Count	2	10
		% within Ikä luokiteltuna	20,0%	100,0%
	50-100	Count	3	9
		% within Ikä luokiteltuna	33,3%	100,0%
Total	Count	6	24	
	% within Ikä luokiteltuna	25.0%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: yleinen? Crosstabulation

			Puhtaus: yleinen?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	5
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	41,7%
	30-49	Count	0	1	15
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	3,3%	50,0%
	50-100	Count	1	6	17
		% within Ikä luokiteltuna	2,8%	16,7%	47,2%
Total	Count	1	7	37	
	% within Ikä luokiteltuna	1,3%	9,0%	47,4%	

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: yleinen? Crosstabulation

			Puhtaus: yleinen?	Total
			excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	7	12
		% within Ikä luokiteltuna	58,3%	100,0%
	30-49	Count	14	30
		% within Ikä luokiteltuna	46,7%	100,0%
	50-100	Count	12	36
		% within Ikä luokiteltuna	33,3%	100,0%
Total	Count	33	78	
	% within Ikä luokiteltuna	42,3%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: aula? Crosstabulation

			Puhtaus: aula?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	4
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	30,8%
	30-49	Count	0	0	14
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	48,3%
	50-100	Count	1	3	13
		% within Ikä luokiteltuna	2,9%	8,6%	37,1%
Total		Count	1	3	31
		% within Ikä luokiteltuna	1,3%	3,9%	40,3%

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: aula? Crosstabulation

			Puhtaus: aula?	
			excellent	Total
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	9	13
		% within Ikä luokiteltuna	69,2%	100,0%
	30-49	Count	15	29
		% within Ikä luokiteltuna	51,7%	100,0%
	50-100	Count	18	35
		% within Ikä luokiteltuna	51,4%	100,0%
Total		Count	42	77
		% within Ikä luokiteltuna	54,5%	100,0%

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: ravintolat? Crosstabulation

			Puhtaus: ravintolat?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	4
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	33,3%
	30-49	Count	0	1	11
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	4,5%	50,0%
	50-100	Count	1	5	17
		% within Ikä luokiteltuna	2,9%	14,7%	50,0%
Total	Count	1	6	32	
	% within Ikä luokiteltuna	1,5%	8,8%	47,1%	

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: ravintolat? Crosstabulation

			Puhtaus: ravintolat?	
			excellent	Total
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	8	12
		% within Ikä luokiteltuna	66,7%	100,0%
	30-49	Count	10	22
		% within Ikä luokiteltuna	45,5%	100,0%
	50-100	Count	11	34
		% within Ikä luokiteltuna	32,4%	100,0%
Total		Count	29	68
		% within Ikä luokiteltuna	42,6%	100,0%

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?		
			need to improve	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	1	6
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	8,3%	50,0%
	30-49	Count	2	7	11
		% within Ikä luokiteltuna	7,4%	25,9%	40,7%
	50-100	Count	0	8	16
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	25,0%	50,0%
Total	Count	2	16	33	
	% within Ikä luokiteltuna	2,8%	22,5%	46,5%	

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?	Total
			excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	5	12
		% within Ikä luokiteltuna	41,7%	100,0%
	30-49	Count	7	27
		% within Ikä luokiteltuna	25,9%	100,0%
	50-100	Count	8	32
		% within Ikä luokiteltuna	25,0%	100,0%
Total	Count	20	71	
	% within Ikä luokiteltuna	28,2%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	1	5
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	8,3%	41,7%
	30-49	Count	1	4	7
		% within Ikä luokiteltuna	3,2%	12,9%	22,6%
	50-100	Count	0	6	15
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	17,1%	42,9%
Total		Count	1	11	27
		% within Ikä luokiteltuna	1,3%	14,1%	34,6%

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?	Total
			excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	6	12
		% within Ikä luokiteltuna	50,0%	100,0%
	30-49	Count	19	31
		% within Ikä luokiteltuna	61,3%	100,0%
	50-100	Count	14	35
		% within Ikä luokiteltuna	40,0%	100,0%
Total	Count	39	78	
	% within Ikä luokiteltuna	50,0%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Mielipide Naraista yleensä? Crosstabulation

			Mielipide Naraista yleensä?			Total
			moderate	good	excellent	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	10	3	13
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	76,9%	23,1%	100,0%
	30-49	Count	5	16	10	31
		% within Ikä luokiteltuna	16,1%	51,6%	32,3%	100,0%
	50-100	Count	7	20	8	35
		% within Ikä luokiteltuna	20,0%	57,1%	22,9%	100,0%
Total	Count	12	46	21	79	
	% within Ikä luokiteltuna	15,2%	58,2%	26,6%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?		
			apparently not	don't know	maybe
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	3	7
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	23,1%	53,8%
	30-49	Count	1	6	12
		% within Ikä luokiteltuna	3,2%	19,4%	38,7%
	50-100	Count	0	9	9
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	26,5%	26,5%
Total	Count	1	18	28	
	% within Ikä luokiteltuna	1,3%	23,1%	35,9%	

Ikä luokiteltuna * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?	Total
			definitely	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	3	13
		% within Ikä luokiteltuna	23,1%	100,0%
	30-49	Count	12	31
		% within Ikä luokiteltuna	38,7%	100,0%
	50-100	Count	16	34
		% within Ikä luokiteltuna	47,1%	100,0%
Total	Count	31	78	
	% within Ikä luokiteltuna	39,7%	100,0%	

Ikä luokiteltuna * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suositteletko Naraita?		
			no	apparently not	don't know
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	0	0	0
		% within Ikä luokiteltuna	,0%	,0%	,0%
	30-49	Count	1	1	2
		% within Ikä luokiteltuna	3,2%	3,2%	6,5%
	50-100	Count	1	1	4
		% within Ikä luokiteltuna	2,8%	2,8%	11,1%
Total		Count	2	2	6
		% within Ikä luokiteltuna	2,5%	2,5%	7,5%

Ikä luokiteltuna * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suositteletko Naraita?		Total
			maybe	definitely	
Ikä luokiteltuna	0-29	Count	8	5	13
		% within Ikä luokiteltuna	61,5%	38,5%	100,0%
	30-49	Count	7	20	31
		% within Ikä luokiteltuna	22,6%	64,5%	100,0%
	50-100	Count	8	22	36
		% within Ikä luokiteltuna	22,2%	61,1%	100,0%
Total	Count	23	47	80	
	% within Ikä luokiteltuna	28,8%	58,8%	100,0%	

Matkan tarkoitus taustamuuttujana

Matkan tarkoitus * Sukupuoli Crosstabulation

			Sukupuoli		Total
			male	female	
Matkan tarkoitus	business	Count	5	2	7
		% within Matkan tarkoitus	71,4%	28,6%	100,0%
	Holiday	Count	46	28	74
		% within Matkan tarkoitus	62,2%	37,8%	100,0%
	other	Count	2	1	3
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	33,3%	100,0%
Total		Count	53	31	84
		% within Matkan tarkoitus	63,1%	36,9%	100,0%

Matkan tarkoitus * Ikä luokiteltuna Crosstabulation

			Ikä luokiteltuna	
			0-29	30-49
Matkan tarkoitus	business	Count	2	1
		% within Matkan tarkoitus	25,0%	12,5%
	Holiday	Count	12	33
		% within Matkan tarkoitus	16,0%	44,0%
	other	Count	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	33,3%
Total		Count	14	35
		% within Matkan tarkoitus	16,3%	40,7%

Matkan tarkoitus * Ikä luokiteltuna Crosstabulation

			Ikä luokiteltuna	Total
			50-100	
Matkan tarkoitus	business	Count	5	8
		% within Matkan tarkoitus	62,5%	100,0%
	Holiday	Count	30	75
		% within Matkan tarkoitus	40,0%	100,0%
	other	Count	2	3
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	100,0%
Total		Count	37	86
		% within Matkan tarkoitus	43,0%	100,0%

Matkan tarkoitus * Mones kerta Naraiissa Crosstabulation

			Mones kerta Naraissa		Total
			yes	no	
Matkan tarkoitus	business	Count	1	7	8
		% within Matkan tarkoitus	12,5%	87,5%	100,0%
	Holiday	Count	43	31	74
		% within Matkan tarkoitus	58,1%	41,9%	100,0%
	other	Count	2	1	3
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	33,3%	100,0%
Total	Count	46	39	85	
	% within Matkan tarkoitus	54.1%	45.9%	100,0%	

Matkan tarkoitus * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen		
			on the website of narai hotel	via travel agency	by phone
Matkan tarkoitus	business	Count	1	0	1
		% within Matkan tarkoitus	16,7%	,0%	16,7%
	Holiday	Count	5	55	0
		% within Matkan tarkoitus	6,8%	75,3%	,0%
	other	Count	2	0	0
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	,0%	,0%
Total		Count	8	55	1
		% within Matkan tarkoitus	9,8%	67,1%	1,2%

Matkan tarkoitus * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen	
			by e-mail / fax	walk-in
Matkan tarkoitus	business	Count	1	0
		% within Matkan tarkoitus	16,7%	,0%
	Holiday	Count	0	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	2,7%
	other	Count	0	0
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%
Total	Count	1	2	
	% within Matkan tarkoitus	1,2%	2,4%	

Matkan tarkoitus * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen	Total
			other	
Matkan tarkoitus	business	Count	3	6
		% within Matkan tarkoitus	50,0%	100,0%
	Holiday	Count	11	73
		% within Matkan tarkoitus	15,1%	100,0%
	other	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
Total		Count	15	82
		% within Matkan tarkoitus	18,3%	100,0%

Matkan tarkoitus * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi	
			standard room	superior room
Matkan tarkoitus	business	Count	4	1
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	16,7%
	Holiday	Count	31	29
		% within Matkan tarkoitus	44,3%	41,4%
	other	Count	1	0
		% within Matkan tarkoitus	50,0%	,0%
Total		Count	36	30
		% within Matkan tarkoitus	46,2%	38,5%

Matkan tarkoitus * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi		Total
			deluxe room	thai suite	
Matkan tarkoitus	business	Count	1	0	6
		% within Matkan tarkoitus	16,7%	,0%	100,0%
	Holiday	Count	7	3	70
		% within Matkan tarkoitus	10,0%	4,3%	100,0%
	other	Count	1	0	2
		% within Matkan tarkoitus	50,0%	,0%	100,0%
Total		Count	9	3	78
		% within Matkan tarkoitus	11,5%	3,8%	100,0%

Matkan tarkoitus * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus		
			need to improve	satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	0	2	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	28,6%	28,6%
	Holiday	Count	3	13	38
		% within Matkan tarkoitus	4,2%	18,3%	53,5%
	other	Count	0	1	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	33,3%	33,3%
Total		Count	3	16	41
		% within Matkan tarkoitus	3,7%	19,8%	50,6%

Matkan tarkoitus * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus	Total
			excellent	
Matkan tarkoitus	business	Count	3	7
		% within Matkan tarkoitus	42,9%	100,0%
	Holiday	Count	17	71
		% within Matkan tarkoitus	23,9%	100,0%
	other	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
Total		Count	21	81
		% within Matkan tarkoitus	25,9%	100,0%

Matkan tarkoitus * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso		
			unsatisfied	need to improve	satisfactory
Matkan tarkoitus	business	Count	0	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	16,7%
	Holiday	Count	1	1	19
		% within Matkan tarkoitus	1,5%	1,5%	28,4%
	other	Count	0	1	0
		% within Matkan tarkoitus	,0%	33,3%	,0%
Total		Count	1	2	20
		% within Matkan tarkoitus	1,3%	2,6%	26,3%

Matkan tarkoitus * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso		Total
			good	excellent	
Matkan tarkoitus	business	Count	3	2	6
		% within Matkan tarkoitus	50,0%	33,3%	100,0%
	Holiday	Count	32	14	67
		% within Matkan tarkoitus	47,8%	20,9%	100,0%
	other	Count	1	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	33,3%	100,0%
Total	Count	36	17	76	
	% within Matkan tarkoitus	47,4%	22,4%	100,0%	

Matkan tarkoitus * Käyttikö oheispalveluja NH Crosstabulation

			Käyttikö oheispalveluja NH		Total
			yes	no	
Matkan tarkoitus	business	Count	6	0	6
		% within Matkan tarkoitus	100,0%	,0%	100,0%
	Holiday	Count	37	28	65
		% within Matkan tarkoitus	56,9%	43,1%	100,0%
	other	Count	3	0	3
		% within Matkan tarkoitus	100,0%	,0%	100,0%
Total		Count	46	28	74
		% within Matkan tarkoitus	62,2%	37,8%	100,0%

Matkan tarkoitus * Mielipide: respa? Crosstabulation

			Mielipide: respa?		
			need to improve	satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	1	0	6
		% within Matkan tarkoitus	12,5%	,0%	75,0%
	Holiday	Count	1	5	39
		% within Matkan tarkoitus	1,4%	7,1%	55,7%
	other	Count	0	0	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	66,7%
Total		Count	2	5	47
		% within Matkan tarkoitus	2,5%	6,2%	58,0%

Matkan tarkoitus * Mielifide: respa? Crosstabulation

			Mielipide: respa?	Total
			excellent	
Matkan tarkoitus	business	Count	1	8
		% within Matkan tarkoitus	12,5%	100,0%
	Holiday	Count	25	70
		% within Matkan tarkoitus	35,7%	100,0%
	other	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
Total		Count	27	81
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%

Matkan tarkoitus * Mielifide: kassa? Crosstabulation

			Mielpide: kassa?	
			satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	2	4
		% within Matkan tarkoitus	28,6%	57,1%
	Holiday	Count	3	24
		% within Matkan tarkoitus	8,3%	66,7%
	other	Count	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	100,0%
Total		Count	5	29
		% within Matkan tarkoitus	11,4%	65,9%

Matkan tarkoitus * Mielifide: kassa? Crosstabulation

			Mielipide: kassa?	Total
			excellent	
Matkan tarkoitus	business	Count	1	7
		% within Matkan tarkoitus	14,3%	100,0%
	Holiday	Count	9	36
		% within Matkan tarkoitus	25,0%	100,0%
	other	Count	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	100,0%
Total		Count	10	44
		% within Matkan tarkoitus	22,7%	100,0%

Matkan tarkoitus * Mielpide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielpide: ravintolat?		
			need to improve	satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	1	2	3
		% within Matkan tarkoitus	14,3%	28,6%	42,9%
	Holiday	Count	1	4	32
		% within Matkan tarkoitus	1,9%	7,7%	61,5%
	other	Count	0	0	0
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	,0%
Total		Count	2	6	35
		% within Matkan tarkoitus	3,3%	10,0%	58,3%

Matkan tarkoitus * Mielpide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielipide: ravintolat?	
			excellent	Total
Matkan tarkoitus	business	Count	1	7
		% within Matkan tarkoitus	14,3%	100,0%
	Holiday	Count	15	52
		% within Matkan tarkoitus	28,8%	100,0%
	other	Count	1	1
		% within Matkan tarkoitus	100,0%	100,0%
Total		Count	17	60
		% within Matkan tarkoitus	28,3%	100,0%

Matkan tarkoitus * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?		
			slow	prompt enough	prompt
Matkan tarkoitus	business	Count	0	2	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	33,3%	33,3%
	Holiday	Count	2	3	30
		% within Matkan tarkoitus	3,1%	4,6%	46,2%
	other	Count	0	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	33,3%
Total		Count	2	5	33
		% within Matkan tarkoitus	2,7%	6,8%	44,6%

Matkan tarkoitus * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?	Total
			very prompt	
Matkan tarkoitus	business	Count	2	6
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
	Holiday	Count	30	65
		% within Matkan tarkoitus	46,2%	100,0%
	other	Count	2	3
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	100,0%
Total		Count	34	74
		% within Matkan tarkoitus	45,9%	100,0%

Matkan tarkoitus * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?		
			very slow	prompt enough	prompt
Matkan tarkoitus	business	Count	0	2	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	50,0%	25,0%
	Holiday	Count	1	3	17
		% within Matkan tarkoitus	3,0%	9,1%	51,5%
	other	Count	0	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	100,0%
Total		Count	1	5	19
		% within Matkan tarkoitus	2,6%	13,2%	50,0%

Matkan tarkoitus * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?	Total
			very prompt	
Matkan tarkoitus	business	Count	1	4
		% within Matkan tarkoitus	25,0%	100,0%
	Holiday	Count	12	33
		% within Matkan tarkoitus	36,4%	100,0%
	other	Count	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	100,0%
Total		Count	13	38
		% within Matkan tarkoitus	34,2%	100,0%

Matkan tarkoitus * Nopeus: ravintolat? Crosstabulation

			Nopeus: ravintolat?	
			prompt enough	prompt
Matkan tarkoitus	business	Count	1	2
		% within Matkan tarkoitus	25,0%	50,0%
	Holiday	Count	4	25
		% within Matkan tarkoitus	9,1%	56,8%
	other	Count	0	0
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%
Total		Count	5	27
		% within Matkan tarkoitus	10,2%	55,1%

Matkan tarkoitus * Nopeus: ravintolat? Crosstabulation

			Nopeus: ravintolat?	Total
			very prompt	
Matkan tarkoitus	business	Count	1	4
		% within Matkan tarkoitus	25,0%	100,0%
	Holiday	Count	15	44
		% within Matkan tarkoitus	34,1%	100,0%
	other	Count	1	1
		% within Matkan tarkoitus	100,0%	100,0%
Total		Count	17	49
		% within Matkan tarkoitus	34,7%	100,0%

Matkan tarkoitus * Ruoka: Rabianthong? Crosstabulation

			Ruoka: Rabianthong?	
			satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	2	1
		% within Matkan tarkoitus	40,0%	20,0%
	Holiday	Count	3	14
		% within Matkan tarkoitus	13,6%	63,6%
	other	Count	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	100,0%
Total		Count	5	16
		% within Matkan tarkoitus	17,9%	57,1%

Matkan tarkoitus * Ruoka: Rabianthong? Crosstabulation

			Ruoka: Rabianthong?	
			excellent	Total
Matkan tarkoitus	business	Count	2	5
		% within Matkan tarkoitus	40,0%	100,0%
	Holiday	Count	5	22
		% within Matkan tarkoitus	22,7%	100,0%
	other	Count	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	100,0%
Total		Count	7	28
		% within Matkan tarkoitus	25,0%	100,0%

Matkan tarkoitus * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?		
			need to improve	satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	0	0	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	66,7%
	Holiday	Count	1	3	12
		% within Matkan tarkoitus	4,8%	14,3%	57,1%
	other	Count	0	0	0
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	,0%
Total		Count	1	3	14
		% within Matkan tarkoitus	4,0%	12,0%	56,0%

Matkan tarkoitus * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?	
			excellent	Total
Matkan tarkoitus	business	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
	Holiday	Count	5	21
		% within Matkan tarkoitus	23,8%	100,0%
	other	Count	1	1
		% within Matkan tarkoitus	100,0%	100,0%
Total		Count	7	25
		% within Matkan tarkoitus	28,0%	100,0%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: yleinen? Crosstabulation

			Puhtaus: yleinen?	
			satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	1	1
		% within Matkan tarkoitus	14,3%	14,3%
	Holiday	Count	6	35
		% within Matkan tarkoitus	8,8%	51,5%
	other	Count	0	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	66,7%
Total		Count	7	38
		% within Matkan tarkoitus	9,0%	48,7%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: yleinen? Crosstabulation

			Puhtaus: yleinen?	Total
			excellent	
Matkan tarkoitus	business	Count	5	7
		% within Matkan tarkoitus	71,4%	100,0%
	Holiday	Count	27	68
		% within Matkan tarkoitus	39,7%	100,0%
	other	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
Total		Count	33	78
		% within Matkan tarkoitus	42,3%	100,0%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: aula? Crosstabulation

			Puhtaus: aula?	
			satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	0	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	28,6%
	Holiday	Count	2	29
		% within Matkan tarkoitus	3,0%	43,3%
	other	Count	1	0
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	,0%
Total		Count	3	31
		% within Matkan tarkoitus	3,9%	40,3%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: aula? Crosstabulation

			Puhtaus: aula?	
			excellent	Total
Matkan tarkoitus	business	Count	5	7
		% within Matkan tarkoitus	71,4%	100,0%
	Holiday	Count	36	67
		% within Matkan tarkoitus	53,7%	100,0%
	other	Count	2	3
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	100,0%
Total		Count	43	77
		% within Matkan tarkoitus	55,8%	100,0%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: ravintolat? Crosstabulation

			Puhtaus: ravintolat?	
			satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	1	1
		% within Matkan tarkoitus	16,7%	16,7%
	Holiday	Count	5	30
		% within Matkan tarkoitus	8,3%	50,0%
	other	Count	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	50,0%
Total		Count	6	32
		% within Matkan tarkoitus	8,8%	47,1%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: ravintolat? Crosstabulation

			Puhtaus: ravintolat?	
			excellent	Total
Matkan tarkoitus	business	Count	4	6
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	100,0%
	Holiday	Count	25	60
		% within Matkan tarkoitus	41,7%	100,0%
	other	Count	1	2
		% within Matkan tarkoitus	50,0%	100,0%
Total		Count	30	68
		% within Matkan tarkoitus	44,1%	100,0%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?		
			need to improve	satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	0	1	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	14,3%	28,6%
	Holiday	Count	2	15	30
		% within Matkan tarkoitus	3,2%	23,8%	47,6%
	other	Count	0	0	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	100,0%
Total		Count	2	16	34
		% within Matkan tarkoitus	2,8%	22,2%	47,2%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?	Total
			excellent	
Matkan tarkoitus	business	Count	4	7
		% within Matkan tarkoitus	57,1%	100,0%
	Holiday	Count	16	63
		% within Matkan tarkoitus	25,4%	100,0%
	other	Count	0	2
		% within Matkan tarkoitus	,0%	100,0%
Total		Count	20	72
		% within Matkan tarkoitus	27,8%	100,0%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Matkan tarkoitus	business	Count	0	1	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	16,7%	16,7%
	Holiday	Count	1	10	24
		% within Matkan tarkoitus	1,4%	14,5%	34,8%
	other	Count	0	1	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	33,3%	33,3%
Total		Count	1	12	26
		% within Matkan tarkoitus	1,3%	15,4%	33,3%

Matkan tarkoitus * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?	Total
			excellent	
Matkan tarkoitus	business	Count	4	6
		% within Matkan tarkoitus	66,7%	100,0%
	Holiday	Count	34	69
		% within Matkan tarkoitus	49,3%	100,0%
	other	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
Total		Count	39	78
		% within Matkan tarkoitus	50,0%	100,0%

Matkan tarkoitus * Mielipide Naraista yleensä? Crosstabulation

			Mielipide Naraista yleensä?	
			moderate	good
Matkan tarkoitus	business	Count	0	6
		% within Matkan tarkoitus	,0%	85,7%
	Holiday	Count	10	40
		% within Matkan tarkoitus	14,5%	58,0%
	other	Count	1	1
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	33,3%
Total		Count	11	47
		% within Matkan tarkoitus	13,9%	59,5%

Matkan tarkoitus * Mielipide Naraista yleensä? Crosstabulation

			Mielipide Naraista yleensä?	
			excellent	Total
Matkan tarkoitus	business	Count	1	7
		% within Matkan tarkoitus	14,3%	100,0%
	Holiday	Count	19	69
		% within Matkan tarkoitus	27,5%	100,0%
	other	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
Total		Count	21	79
		% within Matkan tarkoitus	26,6%	100,0%

Matkan tarkoitus * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?		
			apparently not	don't know	maybe
Matkan tarkoitus	business	Count	0	1	0
		% within Matkan tarkoitus	,0%	14,3%	,0%
	Holiday	Count	1	16	28
		% within Matkan tarkoitus	1,4%	23,2%	40,6%
	other	Count	0	1	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	33,3%	33,3%
Total		Count	1	18	29
		% within Matkan tarkoitus	1,3%	22,8%	36,7%

Matkan tarkoitus * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?	Total
			definitely	
Matkan tarkoitus	business	Count	6	7
		% within Matkan tarkoitus	85,7%	100,0%
	Holiday	Count	24	69
		% within Matkan tarkoitus	34,8%	100,0%
	other	Count	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	100,0%
Total		Count	31	79
		% within Matkan tarkoitus	39,2%	100,0%

Matkan tarkoitus * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suositteletko Naraita?		
			no	apparently not	don't know
Matkan tarkoitus	business	Count	0	0	0
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	,0%
	Holiday	Count	1	2	6
		% within Matkan tarkoitus	1,4%	2,9%	8,6%
	other	Count	0	0	1
		% within Matkan tarkoitus	,0%	,0%	33,3%
Total		Count	1	2	7
		% within Matkan tarkoitus	1,3%	2,5%	8,8%

Matkan tarkoitus * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suositteletko Naraita?		Total
			maybe	definitely	
Matkan tarkoitus	business	Count	2	5	7
		% within Matkan tarkoitus	28,6%	71,4%	100,0%
	Holiday	Count	20	41	70
		% within Matkan tarkoitus	28,6%	58,6%	100,0%
	other	Count	1	1	3
		% within Matkan tarkoitus	33,3%	33,3%	100,0%
Total		Count	23	47	80
		% within Matkan tarkoitus	28,8%	58,8%	100,0%

Mones kerta hotellissa taustamuuttujana

Mones kerta Naraissa * Sukupuoli Crosstabulation

			Sukupuoli		Total
			male	female	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	29	16	45
		% within Mones kerta Naraissa	64,4%	35,6%	100,0%
	no	Count	25	13	38
		% within Mones kerta Naraissa	65,8%	34,2%	100,0%
Total		Count	54	29	83
		% within Mones kerta Naraissa	65,1%	34,9%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Ikä luokiteltuna Crosstabulation

			Ikä luokiteltuna	
			0-29	30-49
Mones kerta Naraissa	yes	Count	11	23
		% within Mones kerta Naraissa	23,9%	50,0%
	no	Count	4	12
		% within Mones kerta Naraissa	10,0%	30,0%
Total		Count	15	35
		% within Mones kerta Naraissa	17,4%	40,7%

Mones kerta Naraissa * Ikä luokiteltuna Crosstabulation

			Ikä luokiteltuna	Total
			50-100	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	12	46
		% within Mones kerta Naraissa	26,1%	100,0%
	no	Count	24	40
		% within Mones kerta Naraissa	60,0%	100,0%
Total		Count	36	86
		% within Mones kerta Naraissa	41,9%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Matkan tarkoitus Crosstabulation

			Matkan tarkoitus	
			business	Holiday
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	43
		% within Mones kerta Naraissa	2,2%	93,5%
	no	Count	7	31
		% within Mones kerta Naraissa	17,9%	79,5%
Total		Count	8	74
		% within Mones kerta Naraissa	9,4%	87,1%

Mones kerta Naraissa * Matkan tarkoitus Crosstabulation

			Matkan tarkoitus	Total
			other	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	2	46
		% within Mones kerta Naraissa	4,3%	100,0%
	no	Count	1	39
		% within Mones kerta Naraissa	2,6%	100,0%
Total		Count	3	85
		% within Mones kerta Naraissa	3,5%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen	
			on the website of narai hotel	via travel agency
Mones kerta Naraissa	yes	Count	4	37
		% within Mones kerta Naraissa	8,9%	82,2%
	no	Count	4	18
		% within Mones kerta Naraissa	10,8%	48,6%
Total		Count	8	55
		% within Mones kerta Naraissa	9,8%	67,1%

Mones kerta Naraissa * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen		
			by phone	by e-mail / fax	walk-in
Mones kerta Naraissa	yes	Count	0	0	1
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	,0%	2,2%
	no	Count	1	1	1
		% within Mones kerta Naraissa	2,7%	2,7%	2,7%
Total		Count	1	1	2
		% within Mones kerta Naraissa	1,2%	1,2%	2,4%

Mones kerta Naraissa * Kuinka teitte varauksen Crosstabulation

			Kuinka teitte varauksen	Total
			other	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	3	45
		% within Mones kerta Naraissa	6,7%	100,0%
	no	Count	12	37
		% within Mones kerta Naraissa	32,4%	100,0%
Total		Count	15	82
		% within Mones kerta Naraissa	18,3%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi	
			standard room	superior room
Mones kerta Naraissa	yes	Count	21	15
		% within Mones kerta Naraissa	50,0%	35,7%
	no	Count	15	15
		% within Mones kerta Naraissa	40,5%	40,5%
Total		Count	36	30
		% within Mones kerta Naraissa	45,6%	38,0%

Mones kerta Naraissa * Huone tyyppi Crosstabulation

			Huone tyyppi		Total
			deluxe room	thai suite	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	3	3	42
		% within Mones kerta Naraissa	7,1%	7,1%	100,0%
	no	Count	7	0	37
		% within Mones kerta Naraissa	18,9%	,0%	100,0%
Total		Count	10	3	79
		% within Mones kerta Naraissa	12,7%	3,8%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus		
			need to improve	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	8	21
		% within Mones kerta Naraissa	2,3%	18,6%	48,8%
	no	Count	3	7	21
		% within Mones kerta Naraissa	7,7%	17,9%	53,8%
Total		Count	4	15	42
		% within Mones kerta Naraissa	4,9%	18,3%	51,2%

Mones kerta Naraissa * Huoneen mukavuus Crosstabulation

			Huoneen mukavuus	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	13	43
		% within Mones kerta Naraissa	30,2%	100,0%
	no	Count	8	39
		% within Mones kerta Naraissa	20,5%	100,0%
Total		Count	21	82
		% within Mones kerta Naraissa	25,6%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso	
			unsatisfied	need to improve
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	1
		% within Mones kerta Naraissa	2,3%	2,3%
	no	Count	0	2
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	5,9%
Total		Count	1	3
		% within Mones kerta Naraissa	1,3%	3,9%

Mones kerta Naraissa * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso	
			satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	14	16
		% within Mones kerta Naraissa	32,6%	37,2%
	no	Count	6	20
		% within Mones kerta Naraissa	17,6%	58,8%
Total		Count	20	36
		% within Mones kerta Naraissa	26,0%	46,8%

Mones kerta Naraissa * Huoneen varustetaso Crosstabulation

			Huoneen varustetaso	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	11	43
		% within Mones kerta Naraissa	25,6%	100,0%
	no	Count	6	34
		% within Mones kerta Naraissa	17,6%	100,0%
Total		Count	17	77
		% within Mones kerta Naraissa	22,1%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Käyttikö oheispalveluja NH Crosstabulation

			Käyttikö oheispalveluja NH		Total
			yes	no	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	23	18	41
		% within Mones kerta Naraissa	56,1%	43,9%	100,0%
	no	Count	22	11	33
		% within Mones kerta Naraissa	66,7%	33,3%	100,0%
Total		Count	45	29	74
		% within Mones kerta Naraissa	60,8%	39,2%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Mielpide: respa? Crosstabulation

			Mielpide: respa?		
			need to improve	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	5	19
		% within Mones kerta Naraissa	2,3%	11,4%	43,2%
	no	Count	1	0	28
		% within Mones kerta Naraissa	2,6%	,0%	73,7%
Total		Count	2	5	47
		% within Mones kerta Naraissa	2,4%	6,1%	57,3%

Mones kerta Naraissa * Mielpide: respa? Crosstabulation

			Mielpide: respa?	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	19	44
		% within Mones kerta Naraissa	43,2%	100,0%
	no	Count	9	38
		% within Mones kerta Naraissa	23,7%	100,0%
Total		Count	28	82
		% within Mones kerta Naraissa	34,1%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Mielpide: kassa? Crosstabulation

			Mielpide: kassa?	
			satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	3	12
		% within Mones kerta Naraissa	13,0%	52,2%
	no	Count	3	17
		% within Mones kerta Naraissa	13,6%	77,3%
Total		Count	6	29
		% within Mones kerta Naraissa	13,3%	64,4%

Mones kerta Naraissa * Mielpide: kassa? Crosstabulation

			Mielipide: kassa?	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	8	23
		% within Mones kerta Naraissa	34,8%	100,0%
	no	Count	2	22
		% within Mones kerta Naraissa	9,1%	100,0%
Total		Count	10	45
		% within Mones kerta Naraissa	22,2%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Mielpide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielpide: ravintolat?		
			need to improve	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	1	13
		% within Mones kerta Naraissa	3,7%	3,7%	48,1%
	no	Count	1	5	21
		% within Mones kerta Naraissa	3,0%	15,2%	63,6%
Total		Count	2	6	34
		% within Mones kerta Naraissa	3,3%	10,0%	56,7%

Mones kerta Naraissa * Mielpide: ravintolat? Crosstabulation

			Mielipide: ravintolat?	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	12	27
		% within Mones kerta Naraissa	44,4%	100,0%
	no	Count	6	33
		% within Mones kerta Naraissa	18,2%	100,0%
Total		Count	18	60
		% within Mones kerta Naraissa	30,0%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?		
			slow	prompt enough	prompt
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	2	15
		% within Mones kerta Naraissa	2,6%	5,3%	39,5%
	no	Count	1	3	16
		% within Mones kerta Naraissa	2,8%	8,3%	44,4%
Total		Count	2	5	31
		% within Mones kerta Naraissa	2,7%	6,8%	41,9%

Mones kerta Naraissa * Nopeus: respa? Crosstabulation

			Nopeus: respa?	Total
			very prompt	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	20	38
		% within Mones kerta Naraissa	52,6%	100,0%
	no	Count	16	36
		% within Mones kerta Naraissa	44,4%	100,0%
Total		Count	36	74
		% within Mones kerta Naraissa	48,6%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?		
			very slow	prompt enough	prompt
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	1	8
		% within Mones kerta Naraissa	5,3%	5,3%	42,1%
	no	Count	0	4	10
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	22,2%	55,6%
Total		Count	1	5	18
		% within Mones kerta Naraissa	2,7%	13,5%	48,6%

Mones kerta Naraissa * Nopeus: kassa? Crosstabulation

			Nopeus: kassa?	Total
			very prompt	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	9	19
		% within Mones kerta Naraissa	47,4%	100,0%
	no	Count	4	18
		% within Mones kerta Naraissa	22,2%	100,0%
Total		Count	13	37
		% within Mones kerta Naraissa	35,1%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Nopeus: ravintolat? Crosstabulation

			Nopeus: ravintolat?	
			prompt enough	prompt
Mones kerta Naraissa	yes	Count	2	11
		% within Mones kerta Naraissa	8,7%	47,8%
	no	Count	3	15
		% within Mones kerta Naraissa	11,5%	57,7%
Total		Count	5	26
		% within Mones kerta Naraissa	10,2%	53,1%

Mones kerta Naraissa * Nopeus: ravintolat? Crosstabulation

			Nopeus: ravintolat?	Total
			very prompt	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	10	23
		% within Mones kerta Naraissa	43,5%	100,0%
	no	Count	8	26
		% within Mones kerta Naraissa	30,8%	100,0%
Total		Count	18	49
		% within Mones kerta Naraissa	36,7%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Ruoka: Rabianthong? Crosstabulation

			Ruoka: Rabianthong?	
			satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	0	6
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	66,7%
	no	Count	5	8
		% within Mones kerta Naraissa	29,4%	47,1%
Total		Count	5	14
		% within Mones kerta Naraissa	19,2%	53,8%

Mones kerta Naraissa * Ruoka: Rabianthong? Crosstabulation

			Ruoka: Rabianthong?	
			excellent	Total
Mones kerta Naraissa	yes	Count	3	9
		% within Mones kerta Naraissa	33,3%	100,0%
	no	Count	4	17
		% within Mones kerta Naraissa	23,5%	100,0%
Total		Count	7	26
		% within Mones kerta Naraissa	26,9%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?		
			need to improve	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	0	2	6
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	15,4%	46,2%
	no	Count	1	1	7
		% within Mones kerta Naraissa	9,1%	9,1%	63,6%
Total		Count	1	3	13
		% within Mones kerta Naraissa	4,2%	12,5%	54,2%

Mones kerta Naraissa * Ruoka: Peperoni? Crosstabulation

			Ruoka: Peperoni?		Total
			excellent		
Mones kerta Naraissa	yes	Count	5	13	
		% within Mones kerta Naraissa	38,5%	100,0%	
	no	Count	2	11	
		% within Mones kerta Naraissa	18,2%	100,0%	
Total		Count	7	24	
		% within Mones kerta Naraissa	29,2%	100,0%	

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: yleinen? Crosstabulation

			Puhtaus: yleinen?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	0	3	18
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	7,3%	43,9%
	no	Count	1	4	19
		% within Mones kerta Naraissa	2,8%	11,1%	52,8%
Total		Count	1	7	37
		% within Mones kerta Naraissa	1,3%	9,1%	48,1%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: yleinen? Crosstabulation

			Puhtaus: yleinen?	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	20	41
		% within Mones kerta Naraissa	48,8%	100,0%
	no	Count	12	36
		% within Mones kerta Naraissa	33,3%	100,0%
Total		Count	32	77
		% within Mones kerta Naraissa	41,6%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: aula? Crosstabulation

			Puhtaus: aula?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	0	2	13
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	4,9%	31,7%
	no	Count	1	1	18
		% within Mones kerta Naraissa	2,9%	2,9%	51,4%
Total		Count	1	3	31
		% within Mones kerta Naraissa	1,3%	3,9%	40,8%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: aula? Crosstabulation

			Puhtaus: aula?	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	26	41
		% within Mones kerta Naraissa	63,4%	100,0%
	no	Count	15	35
		% within Mones kerta Naraissa	42,9%	100,0%
Total		Count	41	76
		% within Mones kerta Naraissa	53,9%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: ravintolat? Crosstabulation

			Puhtaus: ravintolat?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	0	3	11
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	9,1%	33,3%
	no	Count	1	3	20
		% within Mones kerta Naraissa	2,9%	8,8%	58,8%
Total		Count	1	6	31
		% within Mones kerta Naraissa	1,5%	9,0%	46,3%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: ravintolat? Crosstabulation

			Puhtaus: ravintolat?	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	19	33
		% within Mones kerta Naraissa	57,6%	100,0%
	no	Count	10	34
		% within Mones kerta Naraissa	29,4%	100,0%
Total		Count	29	67
		% within Mones kerta Naraissa	43,3%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?		
			need to improve	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	2	9	15
		% within Mones kerta Naraissa	5,1%	23,1%	38,5%
	no	Count	0	7	18
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	22,6%	58,1%
Total		Count	2	16	33
		% within Mones kerta Naraissa	2,9%	22,9%	47,1%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: ympäristö? Crosstabulation

			Puhtaus: ympäristö?	
			excellent	Total
Mones kerta Naraissa	yes	Count	13	39
		% within Mones kerta Naraissa	33,3%	100,0%
	no	Count	6	31
		% within Mones kerta Naraissa	19,4%	100,0%
Total		Count	19	70
		% within Mones kerta Naraissa	27,1%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?		
			unsatisfied	satisfactory	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	8	11
		% within Mones kerta Naraissa	2,4%	19,0%	26,2%
	no	Count	0	4	15
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	11,4%	42,9%
Total		Count	1	12	26
		% within Mones kerta Naraissa	1,3%	15,6%	33,8%

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: huone? Crosstabulation

			Puhtaus: huone?	Total
			excellent	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	22	42
		% within Mones kerta Naraissa	52,4%	100,0%
	no	Count	16	35
		% within Mones kerta Naraissa	45,7%	100,0%
Total		Count	38	77
		% within Mones kerta Naraissa	49,4%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Mielpide Naraista yleensä? Crosstabulation

			Mielipide Naraista yleensä?	
			moderate	good
Mones kerta Naraissa	yes	Count	8	19
		% within Mones kerta Naraissa	19,0%	45,2%
	no	Count	4	26
		% within Mones kerta Naraissa	11,1%	72,2%
Total		Count	12	45
		% within Mones kerta Naraissa	15,4%	57,7%

Mones kerta Naraissa * Mielpide Naraista yleensä? Crosstabulation

			Mielpide Naraista yleensä?	
			excellent	Total
Mones kerta Naraissa	yes	Count	15	42
		% within Mones kerta Naraissa	35,7%	100,0%
	no	Count	6	36
		% within Mones kerta Naraissa	16,7%	100,0%
Total		Count	21	78
		% within Mones kerta Naraissa	26,9%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?		
			apparently not	don't know	maybe
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	14	20
		% within Mones kerta Naraissa	2,4%	33,3%	47,6%
	no	Count	0	4	9
		% within Mones kerta Naraissa	,0%	11,4%	25,7%
Total		Count	1	18	29
		% within Mones kerta Naraissa	1,3%	23,4%	37,7%

Mones kerta Naraissa * Tuletteko uudelleen? Crosstabulation

			Tuletteko uudelleen?	Total
			definitely	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	7	42
		% within Mones kerta Naraissa	16,7%	100,0%
	no	Count	22	35
		% within Mones kerta Naraissa	62,9%	100,0%
Total		Count	29	77
		% within Mones kerta Naraissa	37,7%	100,0%

Mones kerta Naraissa * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suositteletko Naraita?		
			no	apparently not	don't know
Mones kerta Naraissa	yes	Count	1	0	6
		% within Mones kerta Naraissa	2,4%	,0%	14,3%
	no	Count	1	2	1
		% within Mones kerta Naraissa	2,7%	5,4%	2,7%
Total	Count	2	2	7	
	% within Mones kerta Naraissa	2,5%	2,5%	8,9%	

Mones kerta Naraissa * Suositteletko Naraita? Crosstabulation

			Suositteletko Naraita?		Total
			maybe	definitely	
Mones kerta Naraissa	yes	Count	12	23	42
		% within Mones kerta Naraissa	28,6%	54,8%	100,0%
	no	Count	10	23	37
		% within Mones kerta Naraissa	27,0%	62,2%	100,0%
Total		Count	22	46	79
		% within Mones kerta Naraissa	27,8%	58,2%	100,0%

RIIPPUMATTOMUUSTESTIT

χ^2 -testit

Sukupuoli-Ikä luokiteltuna

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,990 ^a	2	,018
Likelihood Ratio	8,322	2	,016
Linear-by-Linear Association	6,980	1	,008
N of Valid Cases	85		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,47.

Sukupuoli-Mones kerta naraissa

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,016 ^a	1	,898		
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,016	1	,898		
Fisher's Exact Test				1,000	,542
Linear-by-Linear Association	,016	1	,899		
N of Valid Cases	83				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,28.

b. Computed only for a 2x2 table

Sukupuoli-Käyttikö oheispalveluja

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,144 ^a	1	,704	,802	,452
Continuity Correction ^b	,016	1	,899		
Likelihood Ratio	,145	1	,703		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,142	1	,706		
N of Valid Cases	72				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,75.

b. Computed only for a 2x2 table

Sukupuoli-Mielipide Naraista yleensä

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,553 ^a	2	,460
Likelihood Ratio	1,586	2	,453
Linear-by-Linear Association	,486	1	,486
N of Valid Cases	77		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,29.

Ikä luokiteltuna-Sukupuoli**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,990 ^a	2	,018
Likelihood Ratio	8,322	2	,016
Linear-by-Linear Association	6,980	1	,008
N of Valid Cases	85		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,47.

Ikä luokiteltuna-Mones kerta Naraissa**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,356 ^a	2	,006
Likelihood Ratio	10,572	2	,005
Linear-by-Linear Association	9,068	1	,003
N of Valid Cases	86		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,98.

Ikä luokiteltuna-Käyttikö oheispalveluja**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,833 ^a	2	,033
Likelihood Ratio	7,064	2	,029
Linear-by-Linear Association	4,170	1	,041
N of Valid Cases	75		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,03.

Monte Carlo -testit

Sukupuoli * Ikä luokiteltuna

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	7,990 ^a	2	,018	,018 ^b
Likelihood Ratio	8,322	2	,016	,021 ^b
Fisher's Exact Test	8,141			,016 ^b
Linear-by-Linear Association	6,980 ^c	1	,008	,008 ^b
N of Valid Cases	85			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,47.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2,642.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,015	,022	,006 ^b	,004	,008
Likelihood Ratio	,017	,025			
Fisher's Exact Test	,012	,019			
Linear-by-Linear Association	,006	,011			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Matkan tarkoitus

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	,253 ^a	2	,881	,869 ^b
Likelihood Ratio	,261	2	,878	,869 ^b
Fisher's Exact Test	,375			1,000 ^b
Linear-by-Linear Association	,098 ^c	1	,754	1,000 ^b
N of Valid Cases	84			

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,11.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,313.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,860	,877	,514 ^b	,501	,527
Likelihood Ratio	,860	,877			
Fisher's Exact Test	1,000	1,000			
Linear-by-Linear	1,000	1,000			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Mones kerta Naraissa**Chi-Square Tests^d**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,016 ^a	1	,898	1,000
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000	
Likelihood Ratio	,016	1	,898	1,000
Fisher's Exact Test				1,000
Linear-by-Linear	,016 ^c	1	,899	1,000
Association				
N of Valid Cases	83			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,28.

b. Computed only for a 2x2 table

c. The standardized statistic is -,127.

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Chi-Square Tests^d

	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	,542	
Continuity Correction ^b		
Likelihood Ratio	,542	
Fisher's Exact Test	,542	
Linear-by-Linear	,542	,181
Association		
N of Valid Cases		

b. Computed only for a 2x2 table

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Sukupuoli * Kuinka teitte varauksen
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	4,396 ^a	5	,494	,556 ^b
Likelihood Ratio	5,172	5	,395	,564 ^b
Fisher's Exact Test	4,388			,525 ^b
Linear-by-Linear	,140 ^c	1	,708	,735 ^b
Association				
N of Valid Cases	81			

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,33.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,375.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,544	,569	,383 ^b	,371	,396
Likelihood Ratio	,551	,577			
Fisher's Exact Test	,512	,538			
Linear-by-Linear	,723	,746			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuu * Huone tyyppi
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,454 ^a	3	,693	,763 ^b
Likelihood Ratio	1,473	3	,689	,750 ^b
Fisher's Exact Test	1,543			,757 ^b
Linear-by-Linear	,001 ^c	1	,979	1,000 ^b
Association				
N of Valid Cases	77			

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,01.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,027.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,752	,774	,534 ^b	,521	,547
Likelihood Ratio	,739	,761			
Fisher's Exact Test	,746	,768			
Linear-by-Linear	1,000	1,000			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Huoneen mukavuus**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,349 ^a	3	,503	,519 ^b
Likelihood Ratio	2,274	3	,518	,610 ^b
Fisher's Exact Test	2,463			,474 ^b
Linear-by-Linear Association	,801 ^c	1	,371	,460 ^b
N of Valid Cases	80			

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,09.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,895.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,506	,531	,229 ^b	,218	,240
Likelihood Ratio	,597	,622			
Fisher's Exact Test	,461	,487			
Linear-by-Linear Association	,447	,473			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Huoneen varustetaso**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	1,716 ^a	4	,788	,883 ^b
Likelihood Ratio	2,046	4	,727	,883 ^b
Fisher's Exact Test	1,989			,851 ^b
Linear-by-Linear Association	,432 ^c	1	,511	,573 ^b
N of Valid Cases	76			

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,37.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,657.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,874	,891	,300 ^b	,289	,312
Likelihood Ratio	,874	,891			
Fisher's Exact Test	,841	,860			
Linear-by-Linear	,560	,586			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Käyttikö oheispalveluja NH**Chi-Square Tests^d**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,144 ^a	1	,704	,802
Continuity Correction ^b	,016	1	,899	
Likelihood Ratio	,145	1	,703	,802
Fisher's Exact Test				,802
Linear-by-Linear	,142 ^c	1	,706	,802
Association				
N of Valid Cases	72			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,75.

b. Computed only for a 2x2 table

c. The standardized statistic is -,377.

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Chi-Square Tests^d

	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	,452	
Continuity Correction ^b		
Likelihood Ratio	,452	
Fisher's Exact Test	,452	
Linear-by-Linear	,452	,187
Association		
N of Valid Cases		

b. Computed only for a 2x2 table

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Sukupuoli * Mielipide: respa?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,825 ^a	3	,078	,045 ^b
Likelihood Ratio	6,927	3	,074	,080 ^b
Fisher's Exact Test	6,304			,058 ^b
Linear-by-Linear	1,977 ^c	1	,160	,192 ^b
Association				
N of Valid Cases	79			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,35.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,406.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,040	,051	,115 ^b	,107	,123
Likelihood Ratio	,073	,087			
Fisher's Exact Test	,052	,064			
Linear-by-Linear	,181	,202			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Mielipide: kassa?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,464 ^a	2	,292	,461 ^b
Likelihood Ratio	2,345	2	,310	,421 ^b
Fisher's Exact Test	2,352			,417 ^b
Linear-by-Linear	1,989 ^c	1	,158	,248 ^b
Association				
N of Valid Cases	43			

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,51.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is 1,410.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,448	,474	,127 ^b	,119	,136
Likelihood Ratio	,408	,433			
Fisher's Exact Test	,404	,430			
Linear-by-Linear	,237	,259			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Mielipide: ravintolat?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,945 ^a	3	,400	,472 ^b
Likelihood Ratio	3,799	3	,284	,407 ^b
Fisher's Exact Test	2,425			,549 ^b
Linear-by-Linear Association	1,466 ^c	1	,226	,263 ^b
N of Valid Cases	59			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,78.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is 1,211.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,459	,484	,150 ^b	,141	,160
Likelihood Ratio	,395	,420			
Fisher's Exact Test	,536	,562			
Linear-by-Linear Association	,252	,275			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Nopeus: respa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,477 ^a	3	,324	,350 ^b
Likelihood Ratio	3,540	3	,316	,417 ^b
Fisher's Exact Test	3,905			,241 ^b
Linear-by-Linear Association	2,334 ^c	1	,127	,137 ^b
N of Valid Cases	73			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,71.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,528.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,338	,362	,092 ^b	,085	,100
Likelihood Ratio	,404	,429			
Fisher's Exact Test	,230	,252			
Linear-by-Linear	,129	,146			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Nopeus: kassa?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,635 ^a	3	,888	1,000 ^b
Likelihood Ratio	,958	3	,811	1,000 ^b
Fisher's Exact Test	,813			1,000 ^b
Linear-by-Linear	,059 ^c	1	,808	,858 ^b
Association				
N of Valid Cases	37			

a. 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,35.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,243.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	1,000	1,000	,506 ^b	,493	,519
Likelihood Ratio	1,000	1,000			
Fisher's Exact Test	1,000	1,000			
Linear-by-Linear	,848	,867			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Nopeus: ravintolat?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	1,173 ^a	2	,556	,641 ^b
Likelihood Ratio	1,265	2	,531	,641 ^b
Fisher's Exact Test	1,084			,641 ^b
Linear-by-Linear Association	,848 ^c	1	,357	,484 ^b
N of Valid Cases	48			

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,08.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,921.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,628	,653			
Likelihood Ratio	,628	,653			
Fisher's Exact Test	,628	,653			
Linear-by-Linear Association	,471	,496	,240 ^b	,229	,251
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Ruoka: Rabianthong?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,049 ^a	2	,359	,449 ^b
Likelihood Ratio	2,201	2	,333	,449 ^b
Fisher's Exact Test	1,890			,449 ^b
Linear-by-Linear Association	,406 ^c	1	,524	,748 ^b
N of Valid Cases	27			

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,33.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,637.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,436	,462	,377 ^b	,365	,389
Likelihood Ratio	,436	,462			
Fisher's Exact Test	,436	,462			
Linear-by-Linear	,736	,759			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Ruoka: Peperoni?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,860 ^a	3	,277	,365 ^b
Likelihood Ratio	5,378	3	,146	,277 ^b
Fisher's Exact Test	3,502			,365 ^b
Linear-by-Linear	,087 ^c	1	,768	,795 ^b
Association				
N of Valid Cases	24			

a. 6 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,46.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,296.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,352	,377	,497 ^b	,484	,510
Likelihood Ratio	,266	,289			
Fisher's Exact Test	,352	,377			
Linear-by-Linear	,785	,806			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Ruoka: Scenery Lounge?

Chi-Square Tests^d

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,356 ^a	1	,551	1,000
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000	
Likelihood Ratio	,349	1	,555	1,000
Fisher's Exact Test				,604
Linear-by-Linear Association	,333 ^c	1	,564	1,000
N of Valid Cases	16			

a. 3 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,50.

b. Computed only for a 2x2 table

c. The standardized statistic is ,577.

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Chi-Square Tests^d

	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	,489	
Continuity Correction ^b		
Likelihood Ratio	,489	
Fisher's Exact Test	,489	
Linear-by-Linear Association	,489	,371
N of Valid Cases		

b. Computed only for a 2x2 table

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Sukupuoli * Puhtaus: yleinen?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	1,688 ^a	2	,430	,505 ^b
Likelihood Ratio	1,926	2	,382	,405 ^b
Fisher's Exact Test	1,520			,505 ^b
Linear-by-Linear Association	,799 ^c	1	,371	,457 ^b
N of Valid Cases	76			

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,58.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,894.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,492	,517	,234 ^b	,223	,245
Likelihood Ratio	,392	,418			
Fisher's Exact Test	,492	,517			
Linear-by-Linear Association	,444	,470			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Puhtaus: aula?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	1,951 ^a	2	,377	,469 ^b
Likelihood Ratio	2,982	2	,225	,359 ^b
Fisher's Exact Test	1,539			,552 ^b
Linear-by-Linear Association	,751 ^c	1	,386	,413 ^b
N of Valid Cases	76			

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,14.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,867.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,456	,482	,247 ^b	,236	,258
Likelihood Ratio	,346	,371			
Fisher's Exact Test	,539	,565			
Linear-by-Linear	,400	,425			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Puhtaus: ympäristö?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,133 ^a	3	,162	,150 ^b
Likelihood Ratio	5,867	3	,118	,131 ^b
Fisher's Exact Test	4,595			,171 ^b
Linear-by-Linear	,094 ^c	1	,759	,878 ^b
Association				
N of Valid Cases	71			

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,79.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,306.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,141	,160	,435 ^b	,422	,448
Likelihood Ratio	,123	,140			
Fisher's Exact Test	,162	,181			
Linear-by-Linear	,869	,886			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Puhtaus: huone?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,179 ^a	3	,536	,611 ^b
Likelihood Ratio	2,500	3	,475	,611 ^b
Fisher's Exact Test	2,048			,641 ^b
Linear-by-Linear Association	,014 ^c	1	,905	1,000 ^b
N of Valid Cases	77			

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,119.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,598	,623			
Likelihood Ratio	,598	,623			
Fisher's Exact Test	,628	,653			
Linear-by-Linear Association	1,000	1,000	,499 ^b	,486	,512
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Mielipide Naraista yleensä?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	1,553 ^a	2	,460	,428 ^b
Likelihood Ratio	1,586	2	,453	,428 ^b
Fisher's Exact Test	1,529			,455 ^b
Linear-by-Linear Association	,486 ^c	1	,486	,580 ^b
N of Valid Cases	77			

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,29.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,697.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,415	,440	,302 ^b	,290	,314
Likelihood Ratio	,415	,440			
Fisher's Exact Test	,442	,468			
Linear-by-Linear	,567	,593			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Tuletteko uudelleen?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,309 ^a	3	,151	,118 ^b
Likelihood Ratio	5,554	3	,135	,133 ^b
Fisher's Exact Test	5,093			,127 ^b
Linear-by-Linear	4,171 ^c	1	,041	,045 ^b
Association				
N of Valid Cases	77			

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2,042.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,110	,127	,029 ^b	,024	,033
Likelihood Ratio	,124	,142			
Fisher's Exact Test	,119	,136			
Linear-by-Linear	,039	,050			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sukupuoli * Suositteletko Naraita?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,788 ^a	4	,435	,482 ^b
Likelihood Ratio	4,079	4	,395	,534 ^b
Fisher's Exact Test	4,077			,382 ^b
Linear-by-Linear Association	3,267 ^c	1	,071	,100 ^b
N of Valid Cases	78			

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,808.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,469	,495	,053 ^b	,047	,058
Likelihood Ratio	,521	,547			
Fisher's Exact Test	,370	,395			
Linear-by-Linear Association	,092	,107			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Sukupuoli**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	7,990 ^a	2	,018	,018 ^b
Likelihood Ratio	8,322	2	,016	,021 ^b
Fisher's Exact Test	8,141			,016 ^b
Linear-by-Linear Association	6,980 ^c	1	,008	,008 ^b
N of Valid Cases	85			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,47.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2,642.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,015	,022			
Likelihood Ratio	,017	,025			
Fisher's Exact Test	,012	,019			
Linear-by-Linear Association	,006	,011	,006 ^b	,004	,008
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Matkan tarkoitus**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,924 ^a	4	,416	,423 ^b
Likelihood Ratio	4,805	4	,308	,463 ^b
Fisher's Exact Test	3,981			,413 ^b
Linear-by-Linear Association	,020 ^c	1	,887	1,000 ^b
N of Valid Cases	86			

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,49.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,142.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,410	,435	,524 ^b	,511	,536
Likelihood Ratio	,450	,476			
Fisher's Exact Test	,400	,425			
Linear-by-Linear	1,000	1,000			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Mones kerta Naraissa

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	10,356 ^a	2	,006	,006 ^b
Likelihood Ratio	10,572	2	,005	,007 ^b
Fisher's Exact Test	10,192			,006 ^b
Linear-by-Linear	9,068 ^c	1	,003	,003 ^b
Association				
N of Valid Cases	86			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,98.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is 3,011.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,004	,008	,002 ^b	,001	,003
Likelihood Ratio	,005	,009			
Fisher's Exact Test	,004	,008			
Linear-by-Linear	,002	,005			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Kuinka teitte varauksen

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	22,997 ^a	10	,011	,005 ^b
Likelihood Ratio	21,397	10	,018	,011 ^b
Fisher's Exact Test	17,085			,016 ^b
Linear-by-Linear Association	3,281 ^c	1	,070	,071 ^b
N of Valid Cases	83			

a. 13 cells (72,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is 1,811.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,003	,007	,037 ^b	,032	,042
Likelihood Ratio	,008	,013			
Fisher's Exact Test	,013	,020			
Linear-by-Linear Association	,064	,077			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Huone tyyppi

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,629 ^a	6	,854	,875 ^b
Likelihood Ratio	3,071	6	,800	,865 ^b
Fisher's Exact Test	2,239			,934 ^b
Linear-by-Linear Association	,567 ^c	1	,452	,464 ^b
N of Valid Cases	79			

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,53.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,753.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,866	,883	,256 ^b	,244	,267
Likelihood Ratio	,856	,873			
Fisher's Exact Test	,928	,941			
Linear-by-Linear	,452	,477			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Huoneen mukavuus**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,642 ^a	6	,355	,359 ^b
Likelihood Ratio	7,381	6	,287	,362 ^b
Fisher's Exact Test	6,135			,389 ^b
Linear-by-Linear	3,127 ^c	1	,077	,084 ^b
Association				
N of Valid Cases	82			

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,73.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,768.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,347	,371	,050 ^b	,045	,056
Likelihood Ratio	,349	,374			
Fisher's Exact Test	,377	,402			
Linear-by-Linear	,077	,091			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Huoneen varustetaso**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	10,354 ^a	8	,241	,219 ^b
Likelihood Ratio	11,149	8	,193	,218 ^b
Fisher's Exact Test	9,700			,210 ^b
Linear-by-Linear Association	2,415 ^c	1	,120	,130 ^b
N of Valid Cases	77			

a. 8 cells (53,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,19.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,554.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,209	,230	,074 ^b	,067	,081
Likelihood Ratio	,207	,228			
Fisher's Exact Test	,200	,221			
Linear-by-Linear Association	,121	,138			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Käyttikö oheispalveluja NH**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,833 ^a	2	,033	,036 ^b
Likelihood Ratio	7,064	2	,029	,033 ^b
Fisher's Exact Test	6,905			,029 ^b
Linear-by-Linear Association	4,170 ^c	1	,041	,055 ^b
N of Valid Cases	75			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,03.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2,042.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,031	,040	,033 ^b	,028	,037
Likelihood Ratio	,028	,037			
Fisher's Exact Test	,025	,034			
Linear-by-Linear	,049	,061			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Mielipide: respa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,080 ^a	6	,534	,558 ^b
Likelihood Ratio	7,069	6	,315	,412 ^b
Fisher's Exact Test	5,323			,470 ^b
Linear-by-Linear	,275 ^c	1	,600	,660 ^b
Association				
N of Valid Cases	82			

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,37.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,524.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,546	,571	,335 ^b	,322	,347
Likelihood Ratio	,399	,424			
Fisher's Exact Test	,457	,483			
Linear-by-Linear	,648	,672			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Mielipide: kassa?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	1,596 ^a	4	,809	,872 ^b
Likelihood Ratio	1,534	4	,821	,861 ^b
Fisher's Exact Test	1,901			,834 ^b
Linear-by-Linear Association	1,021 ^c	1	,312	,407 ^b
N of Valid Cases	44			

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,09.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,010.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,863	,881	,206 ^b	,195	,216
Likelihood Ratio	,852	,870			
Fisher's Exact Test	,824	,843			
Linear-by-Linear Association	,395	,420			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Mielipide: ravintolat?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,745 ^a	6	,345	,327 ^b
Likelihood Ratio	7,420	6	,284	,363 ^b
Fisher's Exact Test	5,902			,385 ^b
Linear-by-Linear Association	1,837 ^c	1	,175	,197 ^b
N of Valid Cases	60			

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,33.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,356.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,315	,339	,111 ^b	,103	,119
Likelihood Ratio	,351	,375			
Fisher's Exact Test	,372	,397			
Linear-by-Linear	,186	,207			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Nopeus: respa?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	4,257 ^a	6	,642	,678 ^b
Likelihood Ratio	5,891	6	,435	,567 ^b
Fisher's Exact Test	3,218			,844 ^b
Linear-by-Linear	,806 ^c	1	,369	,401 ^b
Association				
N of Valid Cases	75			

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,37.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,898.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,666	,690	,216 ^b	,205	,226
Likelihood Ratio	,554	,580			
Fisher's Exact Test	,835	,853			
Linear-by-Linear	,389	,414			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Nopeus: kassa?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,763 ^a	6	,709	,765 ^b
Likelihood Ratio	4,811	6	,568	,674 ^b
Fisher's Exact Test	3,680			,832 ^b
Linear-by-Linear Association	2,827 ^c	1	,093	,118 ^b
N of Valid Cases	37			

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,16.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,681.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,754	,776			
Likelihood Ratio	,662	,686			
Fisher's Exact Test	,823	,842			
Linear-by-Linear Association	,110	,126	,058 ^b	,052	,063
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Nopeus: ravintolat?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,857 ^a	4	,210	,222 ^b
Likelihood Ratio	6,768	4	,149	,206 ^b
Fisher's Exact Test	5,439			,224 ^b
Linear-by-Linear Association	,462 ^c	1	,497	,550 ^b
N of Valid Cases	49			

a. 5 cells (55,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,82.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,680.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,211	,233	,301 ^b	,289	,313
Likelihood Ratio	,196	,217			
Fisher's Exact Test	,214	,235			
Linear-by-Linear	,537	,562			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Ruoka: Rabianthong?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,088 ^a	4	,543	,556 ^b
Likelihood Ratio	3,749	4	,441	,522 ^b
Fisher's Exact Test	3,654			,499 ^b
Linear-by-Linear	,004 ^c	1	,948	1,000 ^b
Association				
N of Valid Cases	28			

a. 8 cells (88,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,065.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,544	,569	,568 ^b	,555	,581
Likelihood Ratio	,509	,534			
Fisher's Exact Test	,486	,512			
Linear-by-Linear	1,000	1,000			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Ruoka: Peperoni?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,860 ^a	6	,696	,797 ^b
Likelihood Ratio	4,683	6	,585	,815 ^b
Fisher's Exact Test	3,829			,857 ^b
Linear-by-Linear Association	,004 ^c	1	,952	1,000 ^b
N of Valid Cases	24			

a. 10 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,21.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,061.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,787	,808	,549 ^b	,536	,561
Likelihood Ratio	,805	,825			
Fisher's Exact Test	,848	,866			
Linear-by-Linear Association	1,000	1,000			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: yleinen?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	7,356 ^a	6	,289	,288 ^b
Likelihood Ratio	8,644	6	,195	,198 ^b
Fisher's Exact Test	6,623			,308 ^b
Linear-by-Linear Association	5,510 ^c	1	,019	,019 ^b
N of Valid Cases	78			

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2,347.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,277	,300	,010 ^b	,007	,012
Likelihood Ratio	,187	,208			
Fisher's Exact Test	,296	,320			
Linear-by-Linear	,016	,023			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: aula?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,257 ^a	6	,395	,412 ^b
Likelihood Ratio	7,726	6	,259	,308 ^b
Fisher's Exact Test	5,298			,493 ^b
Linear-by-Linear	2,602 ^c	1	,107	,119 ^b
Association				
N of Valid Cases	77			

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,613.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,399	,425	,061 ^b	,055	,068
Likelihood Ratio	,296	,320			
Fisher's Exact Test	,480	,506			
Linear-by-Linear	,110	,127			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: ravintolat?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,941 ^a	6	,326	,330 ^b
Likelihood Ratio	8,150	6	,227	,249 ^b
Fisher's Exact Test	6,245			,357 ^b
Linear-by-Linear Association	5,948 ^c	1	,015	,016 ^b
N of Valid Cases	68			

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2,439.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,318	,343	,007 ^b	,005	,009
Likelihood Ratio	,238	,260			
Fisher's Exact Test	,345	,369			
Linear-by-Linear Association	,013	,019			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: ympäristö?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,804 ^a	6	,445	,457 ^b
Likelihood Ratio	6,659	6	,354	,424 ^b
Fisher's Exact Test	4,882			,557 ^b
Linear-by-Linear Association	,663 ^c	1	,415	,473 ^b
N of Valid Cases	71			

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,34.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,815.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,444	,470	,236 ^b	,225	,247
Likelihood Ratio	,411	,437			
Fisher's Exact Test	,545	,570			
Linear-by-Linear	,460	,486			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Puhtaus: huone?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,707 ^a	6	,457	,475 ^b
Likelihood Ratio	6,194	6	,402	,450 ^b
Fisher's Exact Test	5,947			,417 ^b
Linear-by-Linear	,718 ^c	1	,397	,442 ^b
Association				
N of Valid Cases	78			

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,847.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,462	,488	,231 ^b	,220	,242
Likelihood Ratio	,437	,463			
Fisher's Exact Test	,404	,430			
Linear-by-Linear	,429	,455			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Mielipide Naraista yleensä?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	4,165 ^a	4	,384	,388 ^b
Likelihood Ratio	6,015	4	,198	,242 ^b
Fisher's Exact Test	4,011			,403 ^b
Linear-by-Linear Association	1,183 ^c	1	,277	,279 ^b
N of Valid Cases	79			

a. 3 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,97.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -1,088.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,375	,400	,169 ^b	,159	,179
Likelihood Ratio	,231	,253			
Fisher's Exact Test	,390	,415			
Linear-by-Linear Association	,267	,290			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Tuletteko uudelleen?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,323 ^a	6	,503	,522 ^b
Likelihood Ratio	5,720	6	,455	,486 ^b
Fisher's Exact Test	5,521			,480 ^b
Linear-by-Linear Association	,590 ^c	1	,442	,450 ^b
N of Valid Cases	78			

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,768.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,510	,535	,250 ^b	,239	,262
Likelihood Ratio	,473	,499			
Fisher's Exact Test	,467	,492			
Linear-by-Linear	,438	,463			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Ikä luokiteltuna * Suositteletko Naraita?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	9,375 ^a	8	,312	,281 ^b
Likelihood Ratio	9,899	8	,272	,370 ^b
Fisher's Exact Test	8,256			,317 ^b
Linear-by-Linear	,023 ^c	1	,879	,936 ^b
Association				
N of Valid Cases	80			

a. 10 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,33.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -,152.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,270	,293	,482 ^b	,469	,494
Likelihood Ratio	,357	,382			
Fisher's Exact Test	,305	,329			
Linear-by-Linear	,929	,942			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Matkan tarkoitus * Ikä luokiteltuna**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,924 ^a	4	,416	,426 ^b
Likelihood Ratio	4,805	4	,308	,462 ^b
Fisher's Exact Test	3,981			,412 ^b
Linear-by-Linear Association	,020 ^c	1	,887	1,000 ^b
N of Valid Cases	86			

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,49.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is ,142.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,413	,439	,532 ^b	,519	,545
Likelihood Ratio	,449	,475			
Fisher's Exact Test	,399	,424			
Linear-by-Linear Association	1,000	1,000			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Mones kerta Naraisa**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,245 ^a	2	,044	,036 ^b
Likelihood Ratio	6,779	2	,034	,036 ^b
Fisher's Exact Test	6,184			,036 ^b
Linear-by-Linear Association	5,105 ^c	1	,024	,031 ^b
N of Valid Cases	85			

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,38.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -2,260.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,031	,041	,024 ^b	,020	,028
Likelihood Ratio	,031	,041			
Fisher's Exact Test	,031	,041			
Linear-by-Linear	,026	,035			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Kuinka teitte varauksen**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	47,329 ^a	10	,000	,003 ^b
Likelihood Ratio	31,902	10	,000	,000 ^b
Fisher's Exact Test	35,866			,000 ^b
Linear-by-Linear	3,853 ^c	1	,050	,062 ^b
Association				
N of Valid Cases	82			

a. 15 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -1,963.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,002	,005	,037 ^b	,032	,042
Likelihood Ratio	,000	,000			
Fisher's Exact Test	,000	,000			
Linear-by-Linear	,056	,068			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Huone tyyppi**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,464 ^a	6	,486	,416 ^b
Likelihood Ratio	5,492	6	,482	,525 ^b
Fisher's Exact Test	6,301			,357 ^b
Linear-by-Linear Association	,711 ^c	1	,399	,502 ^b
N of Valid Cases	78			

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,08.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is ,843.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,404	,429	,265 ^b	,253	,276
Likelihood Ratio	,512	,538			
Fisher's Exact Test	,345	,369			
Linear-by-Linear Association	,489	,515			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Huoneen mukavuus**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,966 ^a	6	,813	,803 ^b
Likelihood Ratio	3,271	6	,774	,837 ^b
Fisher's Exact Test	4,464			,621 ^b
Linear-by-Linear Association	,183 ^c	1	,668	,683 ^b
N of Valid Cases	81			

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,11.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -,428.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,793	,813	,418 ^b	,405	,431
Likelihood Ratio	,828	,847			
Fisher's Exact Test	,609	,634			
Linear-by-Linear Association	,671	,695			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Huoneen varustetaso**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	13,161 ^a	8	,106	,197 ^b
Likelihood Ratio	6,759	8	,563	,473 ^b
Fisher's Exact Test	10,203			,297 ^b
Linear-by-Linear Association	,919 ^c	1	,338	,429 ^b
N of Valid Cases	76			

a. 12 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -,959.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,187	,208	,225 ^b	,214	,236
Likelihood Ratio	,460	,486			
Fisher's Exact Test	,286	,309			
Linear-by-Linear	,416	,441			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Käyttikö oheispalveluja NH**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,237 ^a	2	,044	,032 ^b
Likelihood Ratio	9,304	2	,010	,016 ^b
Fisher's Exact Test	5,675			,032 ^b
Linear-by-Linear	,609 ^c	1	,435	,508 ^b
Association				
N of Valid Cases	74			

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,14.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is ,780.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,028	,037	,332 ^b	,320	,344
Likelihood Ratio	,012	,019			
Fisher's Exact Test	,028	,037			
Linear-by-Linear	,495	,520			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Mielipide: respa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,088 ^a	6	,413	,366 ^b
Likelihood Ratio	5,562	6	,474	,390 ^b
Fisher's Exact Test	6,308			,386 ^b
Linear-by-Linear Association	2,012 ^c	1	,156	,177 ^b
N of Valid Cases	81			

a. 10 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is 1,418.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,353	,378	,119 ^b	,110	,127
Likelihood Ratio	,377	,402			
Fisher's Exact Test	,373	,398			
Linear-by-Linear Association	,167	,186			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Mielipide: kassa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,018 ^a	4	,555	,594 ^b
Likelihood Ratio	2,855	4	,582	,675 ^b
Fisher's Exact Test	3,650			,584 ^b
Linear-by-Linear Association	1,173 ^c	1	,279	,344 ^b
N of Valid Cases	44			

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,11.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is 1,083.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,582	,607	,224 ^b	,213	,234
Likelihood Ratio	,663	,687			
Fisher's Exact Test	,572	,597			
Linear-by-Linear	,331	,356			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Mielipide: ravintolat?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	8,921 ^a	6	,178	,179 ^b
Likelihood Ratio	7,175	6	,305	,198 ^b
Fisher's Exact Test	10,470			,094 ^b
Linear-by-Linear	5,835 ^c	1	,016	,020 ^b
Association				
N of Valid Cases	60			

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is 2,416.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,169	,189	,015 ^b	,012	,018
Likelihood Ratio	,188	,208			
Fisher's Exact Test	,086	,101			
Linear-by-Linear	,016	,023			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Nopeus: respa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	7,973 ^a	6	,240	,235 ^b
Likelihood Ratio	5,408	6	,493	,506 ^b
Fisher's Exact Test	7,107			,328 ^b
Linear-by-Linear Association	1,937 ^c	1	,164	,176 ^b
N of Valid Cases	74			

a. 10 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,08.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is 1,392.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,224	,246			
Likelihood Ratio	,493	,519			
Fisher's Exact Test	,316	,340			
Linear-by-Linear Association	,166	,186	,123 ^b	,114	,131
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Nopeus: kassa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,325 ^a	6	,388	,325 ^b
Likelihood Ratio	5,256	6	,511	,460 ^b
Fisher's Exact Test	8,167			,283 ^b
Linear-by-Linear Association	,574 ^c	1	,449	,562 ^b
N of Valid Cases	38			

a. 10 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is ,757.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,313	,337	,284 ^b	,272	,296
Likelihood Ratio	,447	,473			
Fisher's Exact Test	,271	,294			
Linear-by-Linear	,550	,575			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Nopeus: ravintolat?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,949 ^a	4	,566	,464 ^b
Likelihood Ratio	2,949	4	,566	,669 ^b
Fisher's Exact Test	3,954			,515 ^b
Linear-by-Linear	1,573 ^c	1	,210	,285 ^b
Association				
N of Valid Cases	49			

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,10.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is 1,254.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,451	,477	,190 ^b	,180	,200
Likelihood Ratio	,656	,681			
Fisher's Exact Test	,502	,528			
Linear-by-Linear	,274	,297			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Ruoka: Rabianthong?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	4,207 ^a	4	,379	,487 ^b
Likelihood Ratio	4,568	4	,335	,509 ^b
Fisher's Exact Test	4,856			,265 ^b
Linear-by-Linear Association	,034 ^c	1	,853	1,000 ^b
N of Valid Cases	28			

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is ,185.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,474	,500	,562 ^b	,549	,575
Likelihood Ratio	,496	,522			
Fisher's Exact Test	,254	,276			
Linear-by-Linear Association	1,000	1,000			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Ruoka: Peperoni?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,401 ^a	6	,757	,711 ^b
Likelihood Ratio	3,851	6	,697	,773 ^b
Fisher's Exact Test	5,750			,774 ^b
Linear-by-Linear Association	,012 ^c	1	,914	1,000 ^b
N of Valid Cases	25			

a. 10 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is ,108.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,699	,722	,579 ^b	,566	,591
Likelihood Ratio	,762	,783			
Fisher's Exact Test	,763	,784			
Linear-by-Linear	1,000	1,000			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Puhtaus: yleinen?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	4,068 ^a	4	,397	,454 ^b
Likelihood Ratio	4,708	4	,319	,402 ^b
Fisher's Exact Test	4,522			,258 ^b
Linear-by-Linear	,697 ^c	1	,404	,461 ^b
Association				
N of Valid Cases	78			

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,27.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -,835.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,441	,466	,279 ^b	,267	,290
Likelihood Ratio	,390	,415			
Fisher's Exact Test	,247	,269			
Linear-by-Linear	,448	,474			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Puhtaus: aula?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	9,106 ^a	4	,058	,086 ^b
Likelihood Ratio	6,449	4	,168	,174 ^b
Fisher's Exact Test	6,188			,163 ^b
Linear-by-Linear Association	1,137 ^c	1	,286	,399 ^b
N of Valid Cases	77			

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,12.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -1,066.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,079	,093	,210 ^b	,200	,221
Likelihood Ratio	,164	,183			
Fisher's Exact Test	,153	,172			
Linear-by-Linear Association	,386	,411			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Puhtaus: ravintolat?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,692 ^a	4	,611	,687 ^b
Likelihood Ratio	3,078	4	,545	,687 ^b
Fisher's Exact Test	3,704			,413 ^b
Linear-by-Linear Association	,108 ^c	1	,742	,788 ^b
N of Valid Cases	68			

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -,329.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,675	,699	,488 ^b	,475	,501
Likelihood Ratio	,675	,699			
Fisher's Exact Test	,400	,425			
Linear-by-Linear	,777	,798			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Puhtaus: ympäristö?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,555 ^a	6	,475	,420 ^b
Likelihood Ratio	6,117	6	,410	,436 ^b
Fisher's Exact Test	5,606			,530 ^b
Linear-by-Linear	1,678 ^c	1	,195	,284 ^b
Association				
N of Valid Cases	72			

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -1,296.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,408	,433	,143 ^b	,134	,152
Likelihood Ratio	,423	,449			
Fisher's Exact Test	,517	,543			
Linear-by-Linear	,272	,296			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Puhtaus: huone?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	1,851 ^a	6	,933	,876 ^b
Likelihood Ratio	1,912	6	,928	,928 ^b
Fisher's Exact Test	4,965			,743 ^b
Linear-by-Linear Association	,711 ^c	1	,399	,424 ^b
N of Valid Cases	78			

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -,843.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,867	,884	,267 ^b	,256	,278
Likelihood Ratio	,921	,935			
Fisher's Exact Test	,732	,754			
Linear-by-Linear Association	,411	,436			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Mielipide Naraista yleensä?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,457 ^a	4	,485	,482 ^b
Likelihood Ratio	4,246	4	,374	,503 ^b
Fisher's Exact Test	3,347			,450 ^b
Linear-by-Linear Association	,063 ^c	1	,802	1,000 ^b
N of Valid Cases	79			

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,42.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -,251.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,469	,494	,499 ^b	,486	,512
Likelihood Ratio	,490	,516			
Fisher's Exact Test	,437	,462			
Linear-by-Linear	1,000	1,000			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Tuletteko uudelleen?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,608 ^a	6	,268	,207 ^b
Likelihood Ratio	9,342	6	,155	,161 ^b
Fisher's Exact Test	9,746			,144 ^b
Linear-by-Linear	3,054 ^c	1	,081	,116 ^b
Association				
N of Valid Cases	79			

a. 9 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -1,747.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,196	,217	,062 ^b	,056	,068
Likelihood Ratio	,151	,170			
Fisher's Exact Test	,135	,153			
Linear-by-Linear	,108	,124			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Matkan tarkoitus * Suositteletko Naraita?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,660 ^a	8	,886	,717 ^b
Likelihood Ratio	3,821	8	,873	,822 ^b
Fisher's Exact Test	7,049			,681 ^b
Linear-by-Linear Association	1,576 ^c	1	,209	,267 ^b
N of Valid Cases	80			

a. 12 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

c. The standardized statistic is -1,256.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,705	,729			
Likelihood Ratio	,812	,832			
Fisher's Exact Test	,669	,693			
Linear-by-Linear Association	,255	,278	,141 ^b	,132	,150
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1751132966.

Mones kerta Naraissa * Sukupuoli

Chi-Square Tests^d

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,016 ^a	1	,898	1,000
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000	
Likelihood Ratio	,016	1	,898	1,000
Fisher's Exact Test				1,000
Linear-by-Linear Association	,016 ^c	1	,899	1,000
N of Valid Cases	83			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,28.

b. Computed only for a 2x2 table

c. The standardized statistic is -,127.

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Chi-Square Tests^d

	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	,542	
Continuity Correction ^b		
Likelihood Ratio	,542	
Fisher's Exact Test	,542	
Linear-by-Linear Association	,542	,181
N of Valid Cases		

b. Computed only for a 2x2 table

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Mones kerta Naraissa * Ikä luokiteltuna**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	10,356 ^a	2	,006	,003 ^b
Likelihood Ratio	10,572	2	,005	,005 ^b
Fisher's Exact Test	10,192			,005 ^b
Linear-by-Linear Association	9,068 ^c	1	,003	,002 ^b
N of Valid Cases	86			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,98.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is 3,011.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,002	,005	,001 ^b	,000	,002
Likelihood Ratio	,003	,006			
Fisher's Exact Test	,003	,006			
Linear-by-Linear Association	,001	,003			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Matkan tarkoitus**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,245 ^a	2	,044	,035 ^b
Likelihood Ratio	6,779	2	,034	,035 ^b
Fisher's Exact Test	6,184			,035 ^b
Linear-by-Linear Association	5,105 ^c	1	,024	,030 ^b
N of Valid Cases	85			

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,38.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -2,260.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,030	,040	,023 ^b	,019	,027
Likelihood Ratio	,030	,040			
Fisher's Exact Test	,030	,040			
Linear-by-Linear	,026	,035			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Kuinka teitte varauksen

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	13,310 ^a	5	,021	,005 ^b
Likelihood Ratio	14,474	5	,013	,009 ^b
Fisher's Exact Test	13,421			,004 ^b
Linear-by-Linear	8,932 ^c	1	,003	,003 ^b
Association				
N of Valid Cases	82			

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,45.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is 2,989.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,003	,007	,001 ^b	,000	,002
Likelihood Ratio	,007	,011			
Fisher's Exact Test	,002	,006			
Linear-by-Linear	,001	,004			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Huone tyyppi**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,305 ^a	3	,151	,150 ^b
Likelihood Ratio	6,493	3	,090	,121 ^b
Fisher's Exact Test	4,843			,165 ^b
Linear-by-Linear Association	,140 ^c	1	,708	,781 ^b
N of Valid Cases	79			

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,41.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is ,374.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,141	,160	,399 ^b	,386	,411
Likelihood Ratio	,112	,129			
Fisher's Exact Test	,156	,175			
Linear-by-Linear Association	,770	,791			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Huoneen mukavuus**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,067 ^a	3	,559	,547 ^b
Likelihood Ratio	2,120	3	,548	,547 ^b
Fisher's Exact Test	2,020			,570 ^b
Linear-by-Linear Association	1,250 ^c	1	,264	,267 ^b
N of Valid Cases	82			

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,90.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,118.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,535	,560	,160 ^b	,150	,169
Likelihood Ratio	,535	,560			
Fisher's Exact Test	,557	,583			
Linear-by-Linear	,255	,278			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Huoneen varustetaso**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,471 ^a	4	,242	,216 ^b
Likelihood Ratio	5,901	4	,207	,289 ^b
Fisher's Exact Test	5,385			,210 ^b
Linear-by-Linear	,120 ^c	1	,729	,787 ^b
Association				
N of Valid Cases	77			

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,44.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is ,347.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,205	,227	,422 ^b	,409	,434
Likelihood Ratio	,277	,300			
Fisher's Exact Test	,200	,220			
Linear-by-Linear	,776	,798			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Käyttikö oheispalveluja NH**Chi-Square Tests^d**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,857 ^a	1	,355	,473
Continuity Correction ^b	,471	1	,493	
Likelihood Ratio	,862	1	,353	,473
Fisher's Exact Test				,473
Linear-by-Linear Association	,845 ^c	1	,358	,473
N of Valid Cases	74			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,93.

b. Computed only for a 2x2 table

c. The standardized statistic is -,919.

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Chi-Square Tests^d

	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	,247	
Continuity Correction ^b		
Likelihood Ratio	,247	
Fisher's Exact Test	,247	
Linear-by-Linear Association	,247	,125
N of Valid Cases		

b. Computed only for a 2x2 table

d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.

Mones kerta Naraissa * Mielipide: respa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	9,909 ^a	3	,019	,011 ^b
Likelihood Ratio	11,878	3	,008	,010 ^b
Fisher's Exact Test	9,932			,008 ^b
Linear-by-Linear Association	,354 ^c	1	,552	,625 ^b
N of Valid Cases	82			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,93.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -,595.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,008	,013	,331 ^b	,318	,343
Likelihood Ratio	,007	,012			
Fisher's Exact Test	,006	,010			
Linear-by-Linear Association	,613	,637			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Mielipide: kassa?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	4,442 ^a	2	,108	,105 ^b
Likelihood Ratio	4,699	2	,095	,105 ^b
Fisher's Exact Test	4,401			,105 ^b
Linear-by-Linear Association	2,185 ^c	1	,139	,205 ^b
N of Valid Cases	45			

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,93.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,478.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,097	,112	,108 ^b	,100	,116
Likelihood Ratio	,097	,112			
Fisher's Exact Test	,097	,112			
Linear-by-Linear	,195	,215			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Mielpide: ravintolat?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,009 ^a	3	,111	,087 ^b
Likelihood Ratio	6,249	3	,100	,135 ^b
Fisher's Exact Test	5,976			,081 ^b
Linear-by-Linear	3,745 ^c	1	,053	,072 ^b
Association				
N of Valid Cases	60			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,90.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,935.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,080	,094	,039 ^b	,034	,044
Likelihood Ratio	,127	,144			
Fisher's Exact Test	,073	,088			
Linear-by-Linear	,065	,078			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Nopeus: respa?

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,623 ^a	3	,891	,848 ^b
Likelihood Ratio	,625	3	,891	,848 ^b
Fisher's Exact Test	,943			,848 ^b
Linear-by-Linear Association	,460 ^c	1	,498	,535 ^b
N of Valid Cases	74			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,97.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -,678.

Chi-Square Tests					
	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,839	,857			
Likelihood Ratio	,839	,857			
Fisher's Exact Test	,839	,857			
Linear-by-Linear Association	,522	,548	,302 ^b	,290	,314
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Nopeus: kassa?

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,922 ^a	3	,178	,147 ^b
Likelihood Ratio	5,483	3	,140	,147 ^b
Fisher's Exact Test	4,648			,147 ^b
Linear-by-Linear Association	,875 ^c	1	,349	,461 ^b
N of Valid Cases	37			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,49.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -,936.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,138	,156	,229 ^b	,218	,239
Likelihood Ratio	,138	,156			
Fisher's Exact Test	,138	,156			
Linear-by-Linear	,448	,473			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Nopeus: ravintolat?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	,857 ^a	2	,651	,691 ^b
Likelihood Ratio	,858	2	,651	,691 ^b
Fisher's Exact Test	,935			,691 ^b
Linear-by-Linear	,725 ^c	1	,395	,493 ^b
Association				
N of Valid Cases	49			

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,35.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -,851.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,679	,703	,261 ^b	,249	,272
Likelihood Ratio	,679	,703			
Fisher's Exact Test	,679	,703			
Linear-by-Linear	,480	,506			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Ruoka: Rabianthong?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,277 ^a	2	,194	,184 ^b
Likelihood Ratio	4,860	2	,088	,184 ^b
Fisher's Exact Test	3,144			,184 ^b
Linear-by-Linear Association	1,910 ^c	1	,167	,228 ^b
N of Valid Cases	26			

a. 5 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,73.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,382.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,174	,194			
Likelihood Ratio	,174	,194			
Fisher's Exact Test	,174	,194			
Linear-by-Linear Association	,217	,239	,138 ^b	,129	,147
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Ruoka: Peperoni?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	2,547 ^a	3	,467	,544 ^b
Likelihood Ratio	2,965	3	,397	,544 ^b
Fisher's Exact Test	2,513			,544 ^b
Linear-by-Linear Association	1,025 ^c	1	,311	,451 ^b
N of Valid Cases	24			

a. 6 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,46.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,012.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,531	,557	,231 ^b	,220	,242
Likelihood Ratio	,531	,557			
Fisher's Exact Test	,531	,557			
Linear-by-Linear	,438	,464			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: yleinen?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,857 ^a	3	,414	,407 ^b
Likelihood Ratio	3,253	3	,354	,407 ^b
Fisher's Exact Test	2,830			,407 ^b
Linear-by-Linear	2,655 ^c	1	,103	,126 ^b
Association				
N of Valid Cases	77			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,47.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,630.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,394	,420	,072 ^b	,065	,078
Likelihood Ratio	,394	,420			
Fisher's Exact Test	,394	,420			
Linear-by-Linear	,118	,135			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: aula?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	4,646 ^a	3	,200	,179 ^b
Likelihood Ratio	5,050	3	,168	,307 ^b
Fisher's Exact Test	4,617			,149 ^b
Linear-by-Linear Association	2,822 ^c	1	,093	,101 ^b
N of Valid Cases	76			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,46.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,680.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,169	,189	,065 ^b	,059	,072
Likelihood Ratio	,295	,319			
Fisher's Exact Test	,140	,158			
Linear-by-Linear Association	,093	,108			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: ravintolat?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	6,393 ^a	3	,094	,062 ^b
Likelihood Ratio	6,862	3	,076	,062 ^b
Fisher's Exact Test	6,335			,059 ^b
Linear-by-Linear Association	3,919 ^c	1	,048	,053 ^b
N of Valid Cases	67			

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,49.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -1,980.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,055	,068	,033 ^b	,029	,038
Likelihood Ratio	,055	,068			
Fisher's Exact Test	,053	,065			
Linear-by-Linear	,047	,059			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: ympäristö?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo
				Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,243 ^a	3	,236	,210 ^b
Likelihood Ratio	5,021	3	,170	,202 ^b
Fisher's Exact Test	3,830			,236 ^b
Linear-by-Linear	,029 ^c	1	,865	,884 ^b
Association				
N of Valid Cases	70			

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,89.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -,170.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,199	,220	,493 ^b	,480	,506
Likelihood Ratio	,192	,212			
Fisher's Exact Test	,225	,247			
Linear-by-Linear	,876	,892			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Puhtaus: huone?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	3,287 ^a	3	,349	,360 ^b
Likelihood Ratio	3,677	3	,298	,360 ^b
Fisher's Exact Test	3,167			,360 ^b
Linear-by-Linear Association	,182 ^c	1	,669	,683 ^b
N of Valid Cases	77			

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,45.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is ,427.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,348	,372	,387 ^b	,375	,400
Likelihood Ratio	,348	,372			
Fisher's Exact Test	,348	,372			
Linear-by-Linear Association	,671	,695			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Mielipide Naraista yleensä?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,852 ^a	2	,054	,054 ^b
Likelihood Ratio	5,975	2	,050	,054 ^b
Fisher's Exact Test	5,732			,054 ^b
Linear-by-Linear Association	,577 ^c	1	,448	,476 ^b
N of Valid Cases	78			

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,54.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is -,759.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,048	,060	,274 ^b	,262	,285
Likelihood Ratio	,048	,060			
Fisher's Exact Test	,048	,060			
Linear-by-Linear	,463	,489			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Tuletteko uudelleen?**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	17,999 ^a	3	,000	,000 ^b
Likelihood Ratio	19,060	3	,000	,000 ^b
Fisher's Exact Test	17,890			,000 ^b
Linear-by-Linear	15,419 ^c	1	,000	,000 ^b
Association				
N of Valid Cases	77			

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,45.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is 3,927.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,000	,000	,000 ^b	,000	,000
Likelihood Ratio	,000	,001			
Fisher's Exact Test	,000	,001			
Linear-by-Linear	,000	,000			
Association					
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

Mones kerta Naraissa * Suositteletko Naraita?

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)
				Sig.
Pearson Chi-Square	5,459 ^a	4	,243	,241 ^b
Likelihood Ratio	6,600	4	,159	,259 ^b
Fisher's Exact Test	5,189			,212 ^b
Linear-by-Linear Association	,117 ^c	1	,733	,804 ^b
N of Valid Cases	79			

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,94.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

c. The standardized statistic is ,341.

Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	,230	,252	,414 ^b	,401	,426
Likelihood Ratio	,248	,270			
Fisher's Exact Test	,201	,222			
Linear-by-Linear Association	,793	,814			
N of Valid Cases					

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562877998.

VAPAA SANA

4. Matkan tarkoitus

- Ashesover Europe
- Välilasku
- Vierailen ystävien luona

6. Miten teitte varauksen?

- Aurinkomatkojen edustajan kautta
- wotif.com.au
- Yrityksen myyntiosaston kautta
- Agoda (3)
- Nettisivujen kautta
- Ystävän kautta
- Oppaan kautta: Hvitserk & Eventyrreiser
- Hotel Club nettisivujen kautta
- Internetissä Asiarooms:n kautta (2)
- Bangkokissa asuvan kaverin kautta
- Internet toimiston kautta
- Bangkokissa asuvien ystävien kautta
- Ystävien kautta

7. Miksi valitsitte Narai hotellin? (Monien muiden vaihtoehtojen sijaan.)

- Aina erinomainen
- Matkatoimisto suositteli (3)
- Odotamme uutta lentoa ja tarvitsimme majoituksen
- Kävin (hotellin) nettisivuilla
- Hotellia suositeltiin
- Toimisto varasi sen
- Central in Bangkok
- Hyvä hinta-laatu -suhde (2)
- Hyvä palaute netissä (2)

- Maantieteellinen sijainti
- Hyvä kaikin puolin
- Opas teki varauksen
- Hyvä kokemus aiemmasta vierailusta
- Sisältyi pakettimatkaan
- Oli ongelmia lentojen kanssa

10. Kuinka tyytyväinen olitte hotellihuoneeseen?

- wc viallinen, vesi laskenut lavuaarissa, äänekäs ja huono ilmastointi, huono ilmanlaatu, käytävä meluisa yöllä
- ilmastointilaitteelta kesti liian kauan viilentää huone
- lakanat ja tyynyt raikkaita ja mukavia
- vain yksi tuoli kahdelle henkilölle, vessan ilmastointilaite tukkeutunut – huono ilmanvaihto (ei hyväksyttävää), ylihinnoiteltu huone, vaatekaapissa ei tarpeeksi tilaa, tilaa vain yhdelle henkilölle; ei kahdelle, ilmastointilaitteen suodattimet ovat likaiset
- ei minibaaria
- hienot vuodevaatteet
- kolmen vuoteen huone oli todella keho
- suihkussa käynnin jälkeen vesi ei poistu pesuhuoneesta
- olisin halunnut savuttoman huoneen, pyysin yhden kahden hengen sängyn ja kaksi yhden hengen sänkyä, saimme huoneen, jossa kolme yhden hengen sänkyä ja meidän piti pyytää ylimääräistä sänkyä, ylimääräinen sänky oli epämukava kokoonlaitettava sänky, kaapissa ei ollut tarpeeksi henkareita, teen- ja kahvinvalmistusvälineet olisivat olleet tarpeellisia
- kaapin salpa rikkiäinen, tumma sisustus, ovenripa lähti irti
- ilmastointi ei toiminut kunnolla
- hyvin siisti ja rauhallinen
- huone oli todella puhdas ja siisti, henkilökunta täytti huoneen joka päivä ja oli todella kohteliasta
- kaikki mitä tarvitsen on saatavissa
- ilmastointi oli vähän liian äänekäs huoneessa

12. Mitä mieltä olette henkilökunnan palvelusta eri tilanteissa?

- henkilökunnan pitäisi osata paremmin englantia
- uima-altaan kalusteet vanhoja ja epäsiistejä
- vastaanoton tytöt olivat todella auttavaisia, kun minun piti vaihtaa lentoja
- kaikki palvelu oli todella hyvää
- sain väärän avaimen kaksi kertaa, pyykissä meni kauemmin kuin luvattiin
- erittäin ystävällinen henkilökunta kaikkiaan
- Groovy map -kartta tulisi antaa asiakkaille hotellin toimesta

13. Mitä mieltä olette palvelun nopeudesta eri tilanteissa?

- huonepalvelu oli todella nopea tulemaan ja poistamaan rikkiäisen lukon matkailukustani
- kaikki olivat todella nopeita ja kohteliaita, ravintoloiden henkilökunta oli hyvin ystävällistä

14. Kuinka tyytyväinen olitte ruokaan ja juomaan?

- aamiainen oli heikko
- minibaari todella kallis
- huonepalvelussa tulisi olla enemmän vaihtoehtoja eurooppalaisiin ruokalajeihin
- ruokalistalla tulisi olla paistettuja papuja
- aamiaistila liian iso tarjoiltu liian erillään
- pekoni aamiaisella on ylikypsennettyä
- söin vain aamiaisen, joka oli todella hyvä
- aamiainen oli loistava, lounaan hinta ja valikoima oli loistava – vastinetta rahalle ja hyvä palvelu
- aamiainen oli erinomainen, allasbaarin drinkit olivat surkeita
- Peperonin ruoat eivät ole kovin hyviä, allasbaarin drinkeissä ei ollut juuri ollenkaan alkoholia, aamiainen oli herkullinen, keitetyt kananmunat olivat kylmiä joka päivä ja liian raakoja
- vain aamiainen oli todella hyvä, paljon vaihtoehtoja (2)

15. Mitä mieltä olette hotellin siisteydestä?

- kylpyhuoneen kaakelin välit ovat likaiset
- kylpyhuoneen peili oli likainen saapumisesta lähtien ja suihku hieman homeinen
- hotellissa on likaiset seinät ja lattiamatot kaikkialla
- huonetta siivonneet naiset olivat hyvin ystävällisiä
- huone savun täyteinen

16. Huomasitteko thai-kulttuurin vaikutuksen eri palvelutilanteissa? Miten se ilmeni ja missä tilanteissa?

- perinteinen thai-tervehdys
- wai-tervehdys
- näkyi hotellin yleisilmeessä; maalauksissa ja henkilökunnan vieraanvaraisuudessa
- tervehdykset ja kohteliaisuus
- henkilökunnan ystävällisyys ja nopea palvelu
- ihmiset ovat ystävällisempiä ja auttavaisempia
- pidän thai-kulttuurin vaikutuksesta siihen, että tunsin olevani tervetullut
- baarissa länsimaalainen musiikkityyli
- ei niin ilmeinen kuin muilla alueilla, joissa olemme viipyneet, mutta henkilökunta oli kuitenkin ystävällistä ja tekivät wai-tervehdyksen
- tervetuloitovotus – elekieli, aina ystävällistä ja hymyilevää, aina kohteliaita
- huomasin pääosin tilanteissa henkilökunnan kanssa
- thaimaalaiset ovat todella ystävällisiä ja hyviä työntekijöitä
- henkilökunta on todella niin ystävällistä kuin thaimaalaiset vain osaavat olla, hotellin yleisilme näyttää enemmän kiinalaiselta kuin thaimaalaiselta (2)
- aamiaisella henkilökunta on todella tarkkaavaista (2)
- henkilökunta on todella ystävällistä, mikään ei ole liiaksi vaivaksi, aina hymyileviä ja iloisia, aina valmiita auttamaan
- tervetuloitovotuksessa ja aina, kun kävelimme yleisissä tiloissa, henkilökunta kumarsi
- henkilökunta ystävällistä, hyvin kohteliasta, tekevät olon hyväksi ja tervetulleeksi
- erittäin kohteliaita
- thai-kulttuurin vaikutus oli hyvä, mutta henkilökunnan englannin kieli voisi olla parempi

- henkilökunta aina ystävällistä
- käytävällä sitruunaruohon tuoksu

Olkaa hyvä ja kommentoikaa vapaasti (kehitysehdotukset):

- olen vieraillut hotellissa monia kertoja ja hotellissa ei ole VIP- tai upgrade korttia henkilöille, jotka vierailevat hotellissa usein
- kiva vierailu
- huoneessa tulisi olla vaaka ja silityslauta ja -rauta
- kiitos kaikesta
- Asuin kolmannessa kerroksessa (tupakoimaton kerros) ja kuitenkin eräs vieras samassa kerroksessa tupakoi koko vierailuni ajan. Otin yhteyttä vastaanottoon ja huonepalveluun, mutta asialle ei tapahtunut mitään. Tupakoitsija olisi pitänyt sijoittaa tupakoiden kerrokseen hotellin kustannuksella. Tulen takaisin kolmen päivän päästä ja toivon, että jotain tämän epämiellyttävän tilanteen parantamiseksi. On ollut todella epämiellyttävää nukkua savun hajussa. Hotellin vastuuttomuus tässä tilanteessa on ollut todella surkeaa.
- hotelli kaiken kaikkiaan likainen, aulassa haisee; kaipaa perusteellista siivousta, seinät ja matot kuluneita ja likaisia kaikkialla, huoneessa ei kelloa, ei todellakaan 4 tähden arvoinen
- Olimme tupakoimattomassa kerroksessa ja joku poltti koko ajan. Ilmoitimme tästä vastaanottoon neljä kertaa. Tämä henkilö olisi pitänyt sijoittaa tupakoiden kerrokseen. Huoneemme oli hyvin tunkkainen ja savuinen.
- Kokemukseni mukaan vastaanoton henkilökunta ei ole kovin ystävällistä. Pyysin kolme kertaa vahvistamaan lentoni, ensin se oli liian aikaista, sitten vaikeaa. Lopulta palvelutoimisto hoiti asian.
- huoneen hinta matkatoimiston kautta ok, hotellin oma hinta liian korkea kolmen tähden hotellille
- kylpyhuone on vanha, kosteus ei poistu, huone haisi savulta, toisen kerroksen huoneesta ei näköalaa
- huoneessa oli meluisaa käytävän ja vierushuoneiden takia
- olen vieraillut Naraissa 30 vuoden ajan, joten se on minulle kuin oma koti
- rakastin kuntosalia, joskus siellä oli liian kylmä

- Olemme nähneet viime vuosien aikana joitakin kunnostuksia, jotka ovat tehneet huoneista paljon parempia. Kerrosten käytävät ovat kuitenkin edelleen vanhanaikaisia. Aamiaisbuffetissa tulisi tarjoilla enemmän länsimaalaisia ruokia. (2)
- kiitos hyvästä palvelusta
- tunnemme olomme hyväksi täällä
- kiitos kaikille, että teitte vierailustamme erittäin miellyttävän
- lisää tai erilaisia viihdykkeitä, nautin todella vierailustani täällä
- haluaisin jogurttia aamiaiselle
- Ihmiset varaa aamulla nuo aurinkotuolit. Pitäisi ottaa pyyhkeet pois tunnin päästä, jos henkilöä ei näy. Liian vähän aurinkotuoleja.
- avainkortit huoneisiin ennemmin kuin avaimet
- taustamusiikki kuntosalilla olisi mukavaa, on hyvä, että huoneessa on ilmaista vettä, ilmastointi hotellin yleistiloissa on liian kylmällä (pientämällä säästätte rahaa), uima-altaan vesi voisi olla kylmempää (vastakohtana kuumuudelle)

